

# Innovatie en integratie verbinden

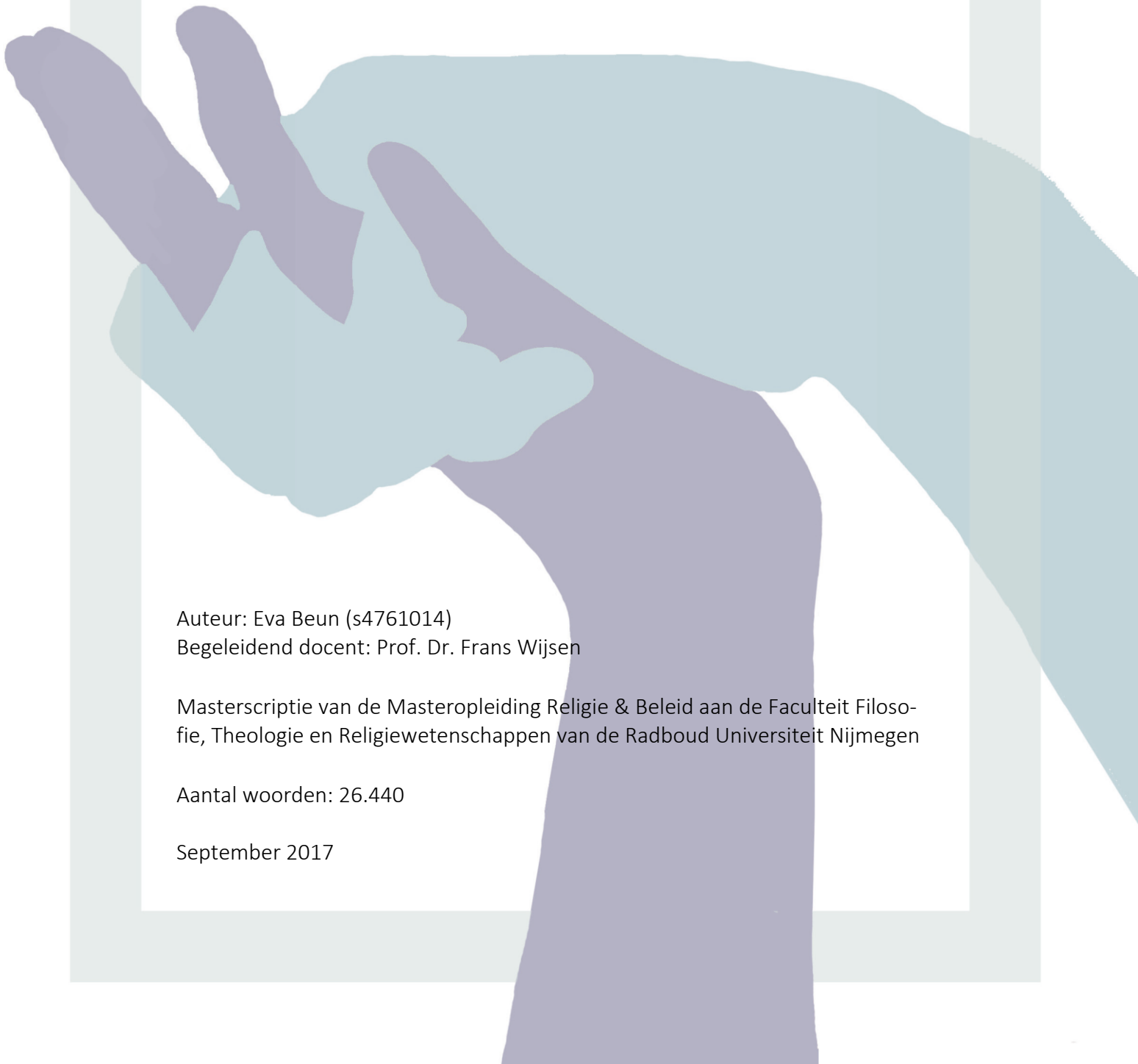
Maatschappelijke activatie van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties in Den Haag

Auteur: Eva Beun (s4761014)  
Begeleidend docent: Prof. Dr. Frans Wijsen

Masterscriptie van de Masteropleiding Religie & Beleid aan de Faculteit Filosofie, Theologie en Religiewetenschappen van de Radboud Universiteit Nijmegen

Aantal woorden: 26.440

September 2017



*Hierbij verklaar en verzeker ik, Eva Beun, dat voorliggende eindwerkstuk getiteld “Innovatie en integratie verbinden: maatschappelijke activatie van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties in Den Haag”, zelfstandig door mij is opgesteld, dat geen andere bronnen en hulpmiddelen dan die door mij zijn vermeld zijn gebruikt en dat de passages in het werk waarvan de woordelijke inhoud of betekenis uit andere werken – ook elektronische media – is genomen door bronvermelding als ontlening kenbaar gemaakt worden.*

*Plaats: Utrecht, datum 16 september 2017*

*Hereby I, Eva Beun, declare and assure that I have composed the present thesis with the title “Innovatie en integratie verbinden: maatschappelijke activatie van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties in Den Haag”, independently, that I did not use any other sources or tools other than indicated and that I marked those parts of the text derived from the literal content or meaning of other Works – digital media included – by making them known as such by indicating their source(s).*

*Place: Utrecht, date 16 september 2017*





# Inhoudsopgave

<b>0. Samenvatting</b>	<b>6</b>
<b>1. Inleiding</b>	<b>8</b>
1.1. Projectkader	8
1.2. Conceptueel ontwerp	8
1.3. Technisch ontwerp	12
<b>2. Religieuze en levensbeschouwelijke organisaties en de integratie van nieuwkomers</b>	<b>16</b>
2.1. Inleiding	16
2.2. Integratie van nieuwkomers	16
2.3. Bonding en bridging	18
2.4. Balans tussen bonding en bridging	21
<b>3. Maatschappelijke activatie</b>	<b>24</b>
3.1. Inleiding	24
3.2. Postmoderne discours	24
3.3. Creativiteit en motivatie	25
3.4. De basisprincipes van activatie	28
<b>4. Casestudy Den Haag</b>	<b>34</b>
4.1. Inleiding	34
4.2. Kenmerken	37
4.2.1. Gedeelde intrinsieke religieuze motivatie	37
4.2.2. Activatie	39
4.2.3. Maatschappelijke activatie	42
4.2.4. Maatschappelijke innovatie	45
4.3. Randvoorwaarden	50
4.3.1. Invloed van angst	50
4.3.2. Ruimte	51
4.3.3. Gelijkheid	54
<b>5. Interpretatie en theorievorming</b>	<b>60</b>
<b>6. Conclusie: Religie als verbinding tussen innovatie en integratie</b>	<b>70</b>
<b>7. Aanbeveling</b>	<b>74</b>
<b>8. Literatuuropgave</b>	<b>76</b>
<b>9. Bijlagen</b>	<b>80</b>
9.1. Interview topics	80
9.2. Codeboek	81
9.3. Codeboom	82
9.4. Lijst van figuren	84



## 0. Samenvatting

Dit onderzoek gaat over de vraag hoe maatschappelijke activatie van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties gestimuleerd kan worden ten behoeve van de integratie van nieuwkomers in Den Haag. Religie en integratie zijn in de politiek en media beladen begrippen. Bovendien is religie complex: het biedt in tijden van onzekerheid voor velen houvast, maar creëert voor onwetenden juist angst. Het interne doel in dit onderzoek is om bij te dragen aan het inzicht hoe religieuze en levensbeschouwelijke organisaties een actieve rol in de maatschappij kunnen spelen en hoe die activatie gestimuleerd kan worden, met nadruk op activatie ten behoeve van de integratie van nieuwkomers. Voor de uitwerking van dit onderzoek is gebruik gemaakt van gevestigde theorieën (over *bonding* en *bridging*), maar ook van vernieuwende theorieën (over activatie). Daarnaast zijn tien vertegenwoordigers van diverse religieuze of levensbeschouwelijke organisaties in Den Haag geïnterviewd om data te genereren. Op de religieuze of levensbeschouwelijke achtergrond van de participanten is bewust geen nadruk gelegd, om op die manier bij te dragen aan de verbinding en gelijkheid tussen religies in Den Haag. Het externe doel van het onderzoek is om bij te dragen aan de eenheid en verbinding van religie en levensbeschouwing in Den Haag.

De casestudy in dit onderzoek heeft tot een nieuw inzicht geleid over de rol van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties en innovatie op het gebied van integratie van nieuwkomers. Leden van organisaties, die verbonden zijn op basis van een religie of levensbeschouwing, zijn intrinsiek gemotiveerd om op een positieve manier bijdrage te leveren in de maatschappij. Motivatie leidt tot activatie. Activatie wordt in dit onderzoek beschouwd als een toestand en als een proces. Activatie als toestand betekent dat een individu of een organisatie actief is. Activatie als proces betekent dat het wenselijk is dat een bepaalde doelgroep actief is in een bepaald veld. Kortom, een religieuze intrinsieke motivatie kan leiden tot een actieve houding en positieve invloed van een religieuze of levensbeschouwelijke individu of organisatie ten behoeve van de maatschappij (proces). Wanneer een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie activiteiten of projecten (voedselbank, taalles, een maatjesproject) aanbiedt aan de maatschappij, dan betekent dit dat de organisatie maatschappelijk actief is (toestand). Een maatschappelijk actieve religieuze of levensbeschouwelijke organisatie participeert, deelt en werkt niet alleen samen in de eigen organisaties, maar ook in de maatschappij en eventueel samen met andere religieuze, levensbeschouwelijke, maatschappelijke of bestuurlijke organisaties ten behoeve van maatschappelijke uitdagingen.

In dit onderzoek is de integratie van nieuwkomers de maatschappelijke uitdaging waar religieuze en levensbeschouwelijke organisaties aan bijdragen. Als door middel van een samenwerkingsverband tussen vertegenwoordigers van maatschappelijk actieve organisaties wordt bijgedragen aan bijvoorbeeld de integratie van nieuwkomers, dan kan dit leiden tot innovatieve activiteiten en projecten. Zowel actieve, maatschappelijke actieve als maatschappelijk innovatieve religieuze en levensbeschouwelijke organisaties dragen op hun manier bij aan de bevordering van de integratie van nieuwkomers. Maatschappelijke innovatie is het meest wenselijk, aangezien innovatie het meest effectief en efficiënt is als het gaat om de integratie van nieuwkomers. Concluderend: religieuze en levensbeschouwelijke organisaties hebben de mogelijkheid innovatie en integratie te verbinden.

Het stimuleren van de maatschappelijk actieve en innovatieve houding van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties, die de kans op innovatieve bijdragen ten behoeve van de integratie van nieuwkomers vergroot, begint bij het stimuleren van ruimte en gelijkheid voor religieuze en levensbeschouwelijke organisatie in de maatschappij. Het gaat over het hebben van ruimte en gelijkheid om te participeren, te delen en samen te werken met anderen in de maatschappij. Deze ruimte wordt bemoeilijkt omdat er in het merendeel van de gevallen geen gelijkheid en ruimte is voor religieuze en levensbeschouwelijke organisaties in vergelijking met niet-religieuze organisaties. In de bestuurlijke organisaties, maatschappelijke organisaties, het onderwijs en de media kan meer ruimte voor de gelijkheid van religie gecreëerd worden.



# 1. Inleiding

## 1.1. Het projectkader

Dit onderzoek gaat over de rol van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties in Den Haag ten behoeve van de integratie van nieuwkomers. In Den Haag is religie, net als in de rest van Nederland, een beladen begrip in politiek, media en publiek debat.<sup>1</sup> Religie is intrigerend, wat in tijden van onzekerheid voor velen houvast kan bieden, maar juist voor onwetenden angst kan creëren. Het huidige debat over religie kan dan ook beschouwd worden als gepolariseerd. Niet alleen in politiek en publiek debat is religie aanwezig, maar ook in het wetenschappelijk debat. In de Nederlandse wetenschappelijke literatuur over religie en samenleving draait het veelal om negatieve effecten en het aantonen en bewijzen van positieve effecten van religie in Nederland.<sup>2</sup> Ook de meerwaarde van religieuze en culturele diversiteit lijkt constant verdedigd te moeten worden. Daarentegen is de norm in Amerikaans onderzoek dat een diversiteit aan religies en culturen een meerwaarde is in de maatschappij. Een vergelijking met Amerika laat zien dat vanuit de Amerikaanse wetenschap op een andere manier wordt gekeken naar de rol van religie in het integratiedebat dan in Nederland. In Nederland wordt religie gezien als iets problematisch ten opzichte van integratie, terwijl in Amerika religie wordt beschouwd als een essentieel onderdeel van integratie.<sup>3</sup> In dit onderzoek zal de norm aansluiten bij het Amerikaanse standpunt. De aanname is dat religie een positieve invloed heeft op de maatschappij en dat religieuze en culturele diversiteit een meerwaarde is in de maatschappij.

De Nederlandse maatschappij heeft in de afgelopen zestig jaar ontwikkelingen doorgemaakt op het gebied van religie en levensbeschouwing. Nederland heeft een verzuilingsverleden. Ten tijde van de verzuiling leefden verschillende (religieuze) ideologieën in zuilen naast elkaar. Het tolereren van 'de ander' was een beleid dat door de politiek werd opgelegd. Ondanks dat de Nederlandse maatschappij ontzuild en gesecculariseerd is geraakt, is het denken in termen van 'de ander' nog volop aanwezig.<sup>4</sup> De komst van de islam, en vele andere religies op den duur, hebben de aanwezigheid van religie weer laten opbloeien. Ondanks dat de opleving van religies is veroorzaakt door de immigratie en integratie van nieuwe Nederlanders, heeft religie in het integratiebeleid bijna geen rol van betekenis gespeeld. In de beginjaren van het integratiebeleid werd integratie met name gezien als integreren op de arbeidsmarkt. Vanaf het jaar 2000 verschoof integratie steeds meer richting de sociaal-culturele integratie.<sup>5</sup> De rol van religie heeft in het integratiebeleid nooit veel aandacht gekregen.<sup>6</sup>

## 1.2. Conceptueel ontwerp

Dit onderzoek gaat over de manier waarop religieuze en levensbeschouwelijke organisaties (kunnen) bijdragen aan de integratie van nieuwkomers. Het externe doel van dit onderzoek is om bij te dragen aan religie als positieve invloed op de integratie van nieuwkomers in Den Haag. Het gebruik van het

---

<sup>1</sup> Vellenga, S. & Wieggers, G. (2011). Religie, binding en polarisatie: De reacties van de leiding van levensbeschouwelijke organisaties op islam-kritische uitingen. Wetenschappelijk Onderzoek- en Documentatiecentrum, Ministerie Veiligheid en Justitie. Universiteit van Amsterdam.

<sup>2</sup> Bijvoorbeeld: Janssen, J., Kregting, J. & A.P.J. Berns. (2007). Opvattingen over het maatschappelijk belang van religie. In: Religie en Samenleving. Jaargang 1, nummer 1. Amsterdam: Parthenon, pp.42-58.

<sup>3</sup> Foner, N. & Alba, R. (2008). Immigrant religion in the Us and Western Europe: Bridge or barrier to inclusion? In: International Migration Review. Jaargang 42, nummer 2. Wiley Online Librart, pp.360-392.

<sup>4</sup> Ghorashi, H. (2006). Paradoxen van culturele erkenning: Management van Diversiteit in Nieuw Nederland. Faculteit der Sociale Wetenschappen, Vrije Universiteit Amsterdam, p.10.

<sup>5</sup> Duyvendak, J.W. & Rijkschroef, R. (2004). De bronnen van het integratiebeleid. In: Sociologische Gids. Jaargang 51, pp.3-17.

<sup>6</sup> Persoonlijke communicatie (15 februari 2017).

begrip 'religie' in plaats van een religieuze categorie, zoals islam, jodendom of hindoeïsme, is bewust gekozen. In onderzoek naar religie en samenleving worden religieuze of levensbeschouwelijke groepen soms ingedeeld in religieuze categorieën, waarbij bepaalde categorieën worden gekoppeld aan een problematisch onderzoeksonderwerp.<sup>7</sup> Op deze manier draagt onderzoek bij aan de culturalisering van religie.<sup>8</sup> Ghorashi definieert culturalisering als volgt: 'Met het begrip culturalisering bedoel ik hier een tendens waarin het cultuurverschil tussen diverse etnische groepen als de meest doorslaggevende factor wordt gezien in het verklaren van maatschappelijke problemen'. Dit onderzoek zal dus ingaan op religieuze en levensbeschouwelijke organisaties in Den Haag, waarbij gekeken wordt naar de rol in de maatschappij ten behoeve van de integratie van nieuwkomers.

De beweegredenen van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties en hun verhouding tot integratie kan verklaard worden aan de hand van de theorie over *bonding* en *bridging* van socioloog Robert Putnam. De theorie komt aan bod in zijn boek 'Bowling Alone' uit het jaar 2000.<sup>9</sup> In dit boek wijdt Putnam uit over het gemeenschapsleven, van bowling teams tot religieuze gemeenschappen, in Amerika. Putnam probeert te verklaren hoe het komt dat op sommige momenten gemeenschappen sterk met elkaar en anderen verbonden zijn, maar de verbondenheid op sommige momenten uit elkaar valt. Een sterke verbondenheid staat gelijk aan een groot sociaal kapitaal. Sociaal kapitaal houdt volgens Putnam in dat het hebben van sociale contacten en een sociaal netwerk waardevol is voor het welzijn en de productiviteit van een individu, een gemeenschap en samenleving.

In dit onderzoek wordt onderzoek gedaan naar de betekenis van maatschappelijke activatie van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties. De theorie van Putnam gaat in op het maatschappelijke aspect van maatschappelijke activatie van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties. Daarnaast beschouwt Putnam 'activatie' in zijn boek als een proces. Hij probeert antwoord te vinden op de vraag waarom op sommige momenten het sociaal kapitaal geactiveerd is, en op sommige momenten de aanwezigheid van sociaal kapitaal minimaal is. Daarnaast beschouwt Putnam de aanwezigheid en activatie van (vooral bindend) sociaal kapitaal als een wenselijke situatie, die ondersteund wordt door zijn eigen theorie. Naast de theorie van Putnam, wordt in dit onderzoek ook gebruik gemaakt van de theorie van Leadbeater.<sup>10</sup> De theorie van Leadbeater gaat ook in op activatie, maar Leadbeater gebruikt activatie als een toestand in plaats van een proces. Leadbeater heeft in zijn boek verschillende organisaties, die volgens hem 'actief' zijn, geanalyseerd. Aan de hand van die analyse heeft hij basisprincipes opgesteld voor 'actieve en innovatieve' organisaties.

In dit onderzoek zal zowel gebruik gemaakt worden van activatie als proces en activatie als toestand. Activatie als proces kan wijzen op een beleidsperspectief, omdat het wenselijk kan zijn voor overheid of gemeente dat sommige groepen in de samenleving actief worden op een bepaald terrein. Een bestaande beleidstheorie over activatie is sociale activering.<sup>11</sup> Sociale activering van werklozen op de arbeidsmarkt is hier een voorbeeld van. In dit onderzoek wordt sociale activering beschouwd als een traditionele benadering van activatie. De theorie van sociale activering houdt in dat het versterken van de sociale omgeving van een individu bijdraagt aan de activering van een persoon. Het doel is dat

---

<sup>7</sup> Zoals in het artikel van Van Stokkum (2011): Religie, criminaliteit en geweld. Toelichting: Een religieuze categorie zoals islam wordt in dit onderzoek meerdere malen gelinkt aan criminaliteit en geweld. Framing begint al met de keuze *wat* onderzocht gaat worden. Met framing is het mogelijk (onbewust) een bepaalde werkelijkheid te creëren.

<sup>8</sup> Ghorashi, Paradoxen van culturele erkenning, p.3.

<sup>9</sup> Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon&Schuster.

<sup>10</sup> Leadbeater, C. (2009). *We-Think: Delen - Creëren - Innoveren*. Sdu uitgevers bv.

<sup>11</sup> Pennen, van der T. (2003). *Sociale activering: een brug tussen uitkering en betaalde arbeid*. Sociaal Cultureel Planbureau Den Haag.

de doelgroep (werklozen) geactiveerd wordt, om zodoende te integreren in een bepaald terrein (arbeidsmarkt). In sociale activering wordt dus uitgegaan van een problematisch doelgroep in de samenleving. In dit onderzoek is echter aangenomen dat religieuze en levensbeschouwelijke organisaties kansrijk zijn in plaats van problematisch. Ook de manier waarop activatie wordt bereikt, verschilt tussen sociale activering en maatschappelijke activatie, waardoor aansluiting tussen traditionele beleidstheorieën over activering en religieuze en levensbeschouwelijke organisaties in dit onderzoek mist. Het zijn onder andere auteurs als Charles Leadbeater, maar ook Martijn Aslander en Erwin Witteveen die het begrip activatie beschrijven vanuit een andere invalshoek.<sup>12</sup> De auteurs benaderen activatie vanuit een organisatorisch perspectief en plaatsen activatie in een postmodern discours. Activatie krijgt vanuit die invalshoek een andere betekenis, dat beter aansluit op religieuze en levensbeschouwelijke organisaties, de maatschappij, en (gemeentelijke) bestuursvorm van deze tijd.

Naar verwachting draagt dit onderzoek bij aan inzicht en prescriptieve kennis over maatschappelijke activatie van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties. Bovendien geeft dit onderzoek inzicht over hoe innovatie ten opzichte van de integratie van nieuwkomers in Nederland bereikt kan worden. Deze kennis is relevant voor individuen die een rol spelen in maatschappelijke en bestuurlijke instanties op het gebied van integratie en nieuwkomers. In dit onderzoek zal een beeld worden geschetst van de ideale omgeving voor de maatschappelijke activatie van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties in de maatschappij. De vraag die in dit onderzoek leidend zal zijn is:

*Hoe kan maatschappelijke activatie van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties gestimuleerd worden ten behoeve van de integratie van nieuwkomers?*

Om hierop een antwoord te formuleren wordt ten eerste onderzoek gedaan naar beleidsdocumenten van de gemeente Den Haag en wetenschappelijke literatuur over religieuze en levensbeschouwelijke organisaties en de integratie van nieuwkomers. Vervolgens zal de postmoderne betekenis van maatschappelijke activatie verder onderzocht worden. In hoofdstuk 4 zal aan de hand van een casestudy worden ingegaan op de kenmerken en randvoorwaarden van maatschappelijke activatie van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties in Den Haag. In dit onderzoek en de bijbehorende onderzoeksvraag wordt maatschappelijke activatie beschouwd als een proces. In de casestudy zal echter gebruik worden gemaakt van maatschappelijke activatie als toestand. Aan de hand van de bevindingen over maatschappelijke activatie als toestand is het mogelijk te onderzoeken hoe maatschappelijke activatie als proces werkt. Wanneer duidelijk is hoe maatschappelijke activatie als proces werkt, is het mogelijk antwoorden te formuleren op de vraag hoe maatschappelijke activatie gestimuleerd kan worden.

Ter verduidelijking van de insteek van de onderzoeksvraag zal een aantal begrippen worden gedefinieerd:

#### Religieuze en levensbeschouwelijke organisatie:

Religieuze en levensbeschouwelijke organisatie bestaat uit een groep mensen die zich georganiseerd en verbonden heeft vanuit een religieuze of levensbeschouwelijke motivatie. Het hebben van een gebedshuis is een voorwaarde om als religieuze of levensbeschouwelijke organisatie erkend te worden door de gemeente Den Haag.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Aslander, M. & Witteveen, E. (2016). Een Beetje Nooit Af. Amsterdam/Antwerpen: Business Contact.

<sup>13</sup> Persoonlijke communicatie (februari t/m mei 2017) projectmedewerker gemeente Den Haag.

### Nieuwkomers:

Dit zijn Nederlanders die pas kort in Nederland zijn, met de bedoeling hier voor een onbepaalde tijd te verblijven. Nieuwkomers hebben nog geen paspoort en moeten zich verplicht inburgeren. Het gaat hier vaak om politieke of oorlogsvluchtelingen, maar ook om arbeidsmigranten of huwelijksmigranten.<sup>14</sup>

### Integratie:

Integratie betekent actief participeren in verschillende velden van de samenleving, zoals onderwijs, werk, vereniging en de buurt.<sup>15</sup> In hoe meer velden iemand deelneemt en geaccepteerd wordt, des te meer iemand geïntegreerd is. Integratie heeft niet alleen betrekking op de nieuwkomer, maar ook op de ontvangende samenleving. Om actief in een bepaald veld deel te nemen is zelfvertrouwen nodig. Sociale participatie leidt tot zelfvertrouwen en draagt bij aan het sociale welzijn van iemand. In recente jaren ligt de nadruk steeds meer op sociaal-culturele integratie. Sociaal-culturele integratie betekent 'de mate waarin nieuwkomers informele contacten met elkaar onderhouden en de mate van de culturele eigenheid van etnische groepen ten opzichte van de culturele 'hoofdstroom' van de ontvangende samenleving'.<sup>16</sup>

### Maatschappelijke activatie:

In dit onderzoek is maatschappelijke activatie een theorie die stelt dat een bepaalde doelgroep ruimte en gelijkheid nodig heeft in de eigen groep (of organisatie) en maatschappij, om een actieve rol op zich te nemen met betrekking tot maatschappelijke uitdagingen. Het gaat over ruimte en gelijkheid om te participeren, delen en samen te werken in de eigen groep of maatschappij. De theorie maatschappelijke activatie is afgeleid van de theorie sociale activering. Beide theorieën gaan over activatie van een bepaalde doelgroep in de maatschappij. Maar de manier waarop activatie tot stand komt is verschillend. Bovendien wordt bij maatschappelijke activatie uitgegaan van de kansen en mogelijkheden van een bepaalde doelgroep, en niet van eventuele problematiek. In sociale activering ligt de focus op de activering van de sociale omgeving van een individu, om op die manier activatie in andere velden te vergroten. In maatschappelijke activatie ligt de focus op het behoud van de intrinsieke motivatie, ruimte en gelijkheid, om zodoende actief te kunnen zijn.

Het gebruik van maatschappelijke activatie als theorie betekent dat maatschappelijke activatie beschouwd wordt als een proces. In het proces wordt nagegaan hoe en waarom maatschappelijke activatie tot stand komt en hoe dit uiteindelijk gestimuleerd kan worden. Maatschappelijke activatie is op deze manier ook te beschouwen als een beleidstheorie. In dit onderzoek wordt maatschappelijke activatie niet alleen gebruikt als proces, maar ook als toestand. Wanneer we spreken over een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie die maatschappelijke actief is, dan wordt er gesproken over maatschappelijke activatie als toestand. In maatschappelijke activatie als toestand kan onderscheid gemaakt worden tussen (interne) activatie en (externe) maatschappelijke activatie van een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie. Het verschil tussen activatie en maatschappelijke activa-

---

<sup>14</sup> De Wet Inburgering. Website: [http://wetten.overheid.nl/BWBR0020611/2014-03-29#Hoofdstuk2\\_Artikel3](http://wetten.overheid.nl/BWBR0020611/2014-03-29#Hoofdstuk2_Artikel3) (bezoekt op 10-8-2017).

<sup>15</sup> Pennen, van der, Sociale activering, p.10.

<sup>16</sup> Dagevos, J. (2005). Minderheden, armoede en sociaal-culturele integratie. In: Migrantenstudies. Jaargang 21, nummer 3, p.143.

tie is dat een actieve organisatie gericht is op de vooruitgang van de eigen organisatie en leden. Daarentegen is een maatschappelijke actieve organisatie niet alleen gericht op de vooruitgang van de eigen organisatie en leden, maar ook op de vooruitgang van de maatschappij.

### 1.3. Technisch ontwerp

Dit onderzoek betreft een casestudy. Het onderzoek is verricht in Den Haag. Dit heeft tot gevolg dat de visie op religieuze en levensbeschouwelijke organisaties en de visie op integratie van de gemeente Den Haag zal worden aangehouden. Bovendien zal ook onderzoek worden gedaan naar vertegenwoordigers van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties die gevestigd zijn in Den Haag. Het onderzoek naar religieuze en levensbeschouwelijke organisaties in Den Haag is kwalitatief en kan beschouwd worden als veldwerk. Kwalitatief onderzoek brengt een bepaalde interpretatie met zich mee, waarover bewustzijn bij de onderzoeker bestaat. Dit sluit aan bij het standpunt dat objectieve kennis niet bestaat, omdat ook dit onderzoek vanuit een bepaalde norm is verricht.<sup>17</sup> Met dit bewustzijn probeert dit onderzoek bij te dragen aan een positieve beeldvorming van religie in de maatschappij en op het gebied van integratie van nieuwkomers.

Het genereren van data is voltrokken aan de hand van het houden en analyseren van tien interviews met vertegenwoordigers van diverse religieuze en levensbeschouwelijke organisaties. Deze personen hebben gemeen dat zij allemaal op een of andere manier in contact staan of hebben gestaan met de gemeente Den Haag. Het contact met de respondenten is verkregen via de afdeling integratie van de gemeente Den Haag. De interviews hebben plaatsgevonden in de omgeving van de respondent. Dit betekent dat de interviews plaats hebben gevonden in een religieus gebouw, of in iemands woon- of werkomgeving. Een andere manier van het genereren van kennis is literatuuronderzoek. In het conceptueel ontwerp is al een aantal auteurs naar voren gekomen die onderdeel zijn van de literatuur. De literatuurstudie is de kennisbron, de interviews zijn de bron van data.

Het besturen van literatuur heeft betrekking op het zoeken, lezen en ordenen van wetenschappelijke teksten en het leggen van verbanden. Het interview is een methode om data te genereren. Leidend bij onze interviews is dat de respondenten vrij zijn gelaten in hun antwoorden. Hierbij is niet geprobeerd te sturen, maar is er wel doorgevraagd op betekenisvolle antwoorden. Op die manier ontstaat diepgang en kan de interviewer door goed te luisteren bovendien de beleving van de participant centraal stellen. Het interview – in deze studie – is een half-gestructureerd interview. Er is aan de hand van een aantal topics een interviewgide opgesteld. Deze interviewgide is te vinden in bijlage 9.1. Op deze manier is het interview een informeel gesprek waarin de volgorde en diepte van de topics vrij zijn ingevuld door de participanten. De informele omgeving heeft hopelijk een vertrouwde omgeving gecreëerd, waarin de participant zich vrij heeft gevoeld te spreken. Bovendien zijn alle gegevens anoniem verwerkt. Dit heeft naar alle waarschijnlijkheid de participanten het gevoel gegeven open te kunnen zijn over alle onderwerpen. In hoofdstuk 4 en 5 wordt dus niet verwezen naar persoonlijke namen en namen van religieuze of levensbeschouwelijke organisaties. Ook wordt zo min mogelijk verwezen naar bepaalde religieuze stromingen om de anonimiteit te waarborgen, maar dit is niet altijd mogelijk geweest.

Na het afnemen van de interviews zijn de interviews getranscribeerd. De transcripties zijn ter controle teruggestuurd naar de participanten met de vraag of de transcriptie de inhoud van het gesprek goed heeft weergegeven. De transcripties zijn vervolgens gecodeerd aan de hand van een inhoudsanalyse (content analysis) met het programma ATLAS. Ti. Een inhoudsanalyse is een kwalitatieve

---

<sup>17</sup> Thiel, van, S. (2014). *Research Methods in Public Administration and Public Management*. New York: Routledge, pp. 34-36.

manier van onderzoek. Een inhoudsanalyse bestaat uit de stappen *open* en *axial coding*, interpretatie en theorieontwikkeling.<sup>18</sup> *Coding* betekent het toepassen van codes op betekenisvolle tekstfragmenten uit de interviews. Op die manier is het mogelijk patronen te ontdekken op basis van overeenkomsten en verschillen. Aan de hand van die patronen zijn de uitkomsten van de casestudy gevormd. In de resultaten zal de gebruikte methode van kwalitatieve analyse verder verantwoord worden. Voordat de resultaten aan bod komen zal eerst in hoofdstuk 2 en 3 aandacht worden besteed aan de theorie. Deze theorieën vormen de basis van het kwalitatieve praktijkonderzoek. Uiteindelijk zal in het hoofdstuk interpretatie en theorievorming de praktijk teruggekoppeld worden aan de theorie. Tot slot volgt een conclusie en aanbeveling.

---

<sup>18</sup> Thiel, van, Research Methods, pp.138-151.





## 2. Religieuze en levensbeschouwelijke organisaties en de integratie van nieuwkomers

### 2.1. Inleiding

Religieuze en levensbeschouwelijke organisaties spelen een grote rol ten behoeve van de integratie van nieuwkomers in de maatschappij. Om dit te verklaren zal eerst de betekenis van 'integratie van nieuwkomers' vanuit het perspectief van de gemeente Den Haag worden toegelicht. Het tweede deel van dit hoofdstuk licht de maatschappelijke rol van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties toe. Het tweede deel geeft ook verdieping in het sociaal kapitaal van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties en wat sociaal kapitaal kan betekenen voor een stad als Den Haag. Na het behandelen van deze twee delen kan antwoord worden gegeven op de vraag of en hoe religieuze en levensbeschouwelijke organisaties bijdragen ten behoeve van de integratie van nieuwkomers in Den Haag.

### 2.2. Integratie van nieuwkomers

Den Haag biedt een thuisbasis voor veel verschillende religies en culturen. De gemeente Den Haag heeft in 2015 haar eigen beleid rondom integratie uitgewerkt in een Hoofdlijnenbrief.<sup>19</sup> Over de rol van religie in deze diversiteit staat in het beleid van de gemeente Den Haag dat religie voor veel mensen nog steeds een belangrijke rol speelt: 'Religieuze instellingen zijn van grote betekenis, juist in de moderne samenleving.'<sup>20</sup> De gemeente ziet dialoog en ontmoeting als voorwaarden voor kennisoverdracht en begrip. Het integratiebeleid van de gemeente Den Haag bestaat uit de volgende vijf speerpunten:

#### 1. 'Meer werk en meer participatie'

Participatie op de arbeidsmarkt heeft bij de gemeente Den Haag prioriteit. De gemeente is van mening dat werk bijdraagt aan de participatie van de burger. De actiepunten die bij dit speerpunt horen zijn gericht op werkzoekenden en gericht op bedrijven en organisaties.

#### 2. 'Discriminatie heeft geen plek'

Dit punt hangt sterk samen met 'meer werk en meer participatie'. De nadruk ligt bij dit punt op het feit dat het zoeken van werk geen zin heeft als de werkgever discrimineert. Hierover zijn in Den Haag een aantal rapporten verschenen met cijfers die laten zien dat discriminatie op de arbeidsmarkt hoog is. Ook discriminatie in sport, horeca, en de openbare ruimte komen terug in dit punt.

#### 3. 'Onderwijs en taal voor een goede voorbereiding op de arbeidsmarkt'

Het motto van dit speerpunt is 'taal verbindt ons allemaal'. De gemeente Den Haag ziet taal als voorwaarde voor deelname aan de arbeidsmarkt. Van jong tot oud tot schoolverlaters, op alle gebieden probeert de gemeente Den Haag taalonderwijs aan te bieden. Ook is er aandacht voor de discriminatie op stageplekken en aandacht voor het bijbrengen van diversiteit in culturen bij leerkrachten.

#### 4. 'Welbevinden is een voorwaarde voor integratie'

Dit punt gaat in op het 'thuis voelen' van de Haagse burger in de samenleving. De nadruk ligt op veilig voelen, erbij horen en eigenwaarde. Het uitgangspunt van de gemeente is dat als deze punten aanwezig zijn, participatie en integratie makkelijker zijn. Ook identificatie met etnische achtergrond is hierbij

---

<sup>19</sup> Baldewsingh, R. (2015). Hoofdlijnenbrief integratie. Website: <https://denhaag.raadsinformatie.nl/modules/13/Overige%20bestuurlijke%20stukken/83463>.

<sup>20</sup> Baldewsingh, Hoofdlijnenbrief integratie, p.2.

erg belangrijk. Dit laatste punt wil de gemeente Den Haag bereiken door de cultuursector hierbij te betrekken. Een ander belangrijk punt voor welbevinden is volgens de gemeente te vinden in sport.

#### 5. 'Sociale druk en conservatisme'

Het laatste speerpunt is ontstaan als reactie op de aanhoudende terreuraanslagen in Europa en de radicalisering van jongeren. Hiervoor zijn preventieve oplossingen bedacht die aansluiten bij het integratiebeleid van de gemeente Den Haag. Dit verband wordt duidelijk in het volgende citaat uit de Hoofdlijnenbrief integratie: 'Religie en etniciteit spelen een belangrijke rol bij de ontwikkeling van de eigen identiteit. Jongeren worstelen soms met hun identiteit. Als jongeren zich uitgesloten voelen of discriminatie ervaren bestaat het risico dat zij zich gaan afzetten tegen de samenleving en zich terugtrekken in hun eigen groep.' De actiepunten die de gemeente heeft opgesteld bij dit speerpunt gaan over het organiseren van halfjaarlijkse interreligieuze bijeenkomsten, het stimuleren van initiatieven uit de samenleving en het houden van gesprekken over spanningen in de samenleving.

Het valt op dat integratie op veel beleidsterreinen een rol speelt zoals op de arbeidsmarkt, in het onderwijs, de horeca en de sport. De deelname aan een bepaald terrein is een zekere mate van integratie. Hoe meer iemand deelneemt op verschillende terreinen, hoe meer iemand integreert. Van der Pennen spreekt van een geslaagde integratie als burgers deelnemen aan onderwijs en de arbeidsmarkt, en 'als zij beschikken over een persoonlijk netwerk waaraan steun kan worden ontleend en een zekere mate van zelfredzaamheid hebben.'<sup>21</sup> Op de verschillende terreinen wenst de gemeente Den Haag dat bewoners, instellingen en bedrijven zelf initiatief en verantwoordelijkheid nemen tot verbinding, antidiscriminatie en integratie. De gemeente stimuleert en faciliteert dit. Deze visie op integratie sluit aan bij de ontwikkeling van Nederland naar een participatieve samenleving, waarin burgers op de eigen verantwoordelijkheid worden gewezen.

Aan de ene kant wijst integratie, zoals dat is op te maken uit de Hoofdlijnenbrief, op een sterk persoonlijk netwerk. Aan de andere kant is het belangrijk om ook op economisch, sociaal-cultureel en maatschappelijk vlak te participeren. Religieuze en levensbeschouwelijke organisaties spelen een grote rol in deze vormen van integratie. Het benaderen van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties vanuit dit perspectief worden door Rijkschroeff en Duyvendak het 'win-winmodel' genoemd.<sup>22</sup> Dit betekent dat een sterke identificatie met de eigen groep goed samengaat met interesse en empathie met een andere groep. Rijkschroeff en Duyvendak concluderen dat er geen bewijs is dat identiteitsgerichte organisaties een obstakel vormen voor integratie, omdat volgens hen participatie in eigen kring goed samen gaat met participatie in de bredere samenleving.

Rijkschroeff en Duyvendak plaatsen wel een kanttekening bij de rol van identiteitsgerichte organisaties, zoals religieuze en levensbeschouwelijke organisaties, met betrekking tot het integratiebeleid. Enerzijds beargumenteren zij dat overheidsbeleid identiteitsgerichte organisaties van minderheden hebben bevorderd, anderzijds hebben deze organisaties geen rol vervuld in het integratiebeleid. Ze verklaren deze discrepantie door de positieve houding van de overheid tegenover het middenveld door de bestaande norm van 'overlegstructuren'. Vanuit die optiek was het min of meer vanzelfsprekend dat minderhedenorganisaties gefaciliteerd werden in de ontwikkeling van de eigen organisatievorm. Religieuze en levensbeschouwelijke organisaties werden in eerste instantie uitgesloten van (fi-

---

<sup>21</sup> Pennen, van der, *Sociale activering*, p.10.

<sup>22</sup> Rijkschroeff, R. & Duyvendak, J. W. (2004). De omstrede betekenis van zelforganisaties. In: *Sociologische gids*. Jaargang 51, nummer 1. Boom Lemma Tijdschriften, p.21.

nanciële) ondersteuning. Op dit moment is het echter zo dat religieuze en levensbeschouwelijke organisaties wel ondersteund kunnen worden en zij subsidie kunnen ontvangen voor de maatschappelijke activiteiten die zij organiseren.

Een tweede verklaring voor de aandacht vanuit de overheid voor identiteitsgerichte organisaties kan gevonden worden in het Nederlandse 'gelijkheidsdenken'.<sup>23</sup> Het gelijkheidsdenken lag ten grondslag aan de opkomst van Nederland als verzorgingsstaat, met als gevolg de toenemende onvrede over de bestaande ongelijkheid. Alle burgers hadden recht op gelijke kansen, en het was het doel van de verzorgingsstaat om zich te bekommeren om individuen en groepen met een achterstand. Een grote groei van het aantal welzijnsinstanties is tekenend voor deze tijd. Bovendien werd door het principe van de verzorgingsstaat het belang van een sterk persoonlijk netwerk minder nodig. Het gelijkheidsdenken heeft ervoor gezorgd dat degene die als maatschappelijke afwijking werden gezien ook in de achterstandscategorie terecht kwamen. Bovendien heeft de gelijkheidsdrang ook bijgedragen aan het denken in verschillen: 'Wat anders is, wordt met argwaan bekeken en soms maar al te gemakkelijk in de categorie 'achterstand' geplaatst.'<sup>24</sup> Vooral voor nieuwkomers in Nederland kan het denken in maatschappelijke achterstand problematisch zijn.

Rijkschroeff en Duyvendak zijn kritisch over de paradoxale verhouding van de betrokkenheid van (religieuze) organisaties van minderheden tot het integratiebeleid. Aan de ene kant zoeken gemeente en overheid contact met de organisaties, wat de legitimiteit verhoogt. Maar tegelijkertijd neigt het beleid steeds meer naar het onderwaarderen van zulke organisaties.<sup>25</sup> Uit hun conclusie blijkt verder dat de opstelling van gemeente of overheid ten opzichte van religieuze organisaties weinig invloed heeft op hun interne ontwikkeling, vergeleken met andere organisaties van minderheden. Wat wel veel invloed heeft op religieuze en levensbeschouwelijke organisaties is de houding van de Nederlandse samenleving.<sup>26</sup> Media, opinieleiders, en maatschappelijke organisaties hebben volgens Rijkschroeff en Duyvendak veel meer invloed op de interne ontwikkeling van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties. Hun opstelling kan bepalend zijn of religieuze en levensbeschouwelijke organisaties meer op zichzelf zijn gefocust of juist naar de bredere maatschappij toetrekken. De integrerende rol van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties is dus afhankelijk van de mate waarin een organisatie niet alleen doet aan *bonding*, maar ook aan *bridging*.

### 2.3. Bonding en bridging

Integratie van nieuwkomers in relatie tot religieuze en levensbeschouwelijke organisatie is te onderzoeken aan de hand van de begrippen *bonding* en *bridging*. De meest gerenommeerde wetenschapper over de *bonding* en *bridging* theorie is socioloog Robert Putnam. In zijn boek 'Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community' vertelt hij zijn wetenschappelijk verhaal over het toenemen en afnemen van het burgerlijke en sociale gemeenschapsleven in Amerika. Een uitgebreid gemeenschapsleven staat voor Putnam gelijk aan een groot sociaal kapitaal. Niet alleen fysiek en menselijk kapitaal draagt bij aan productiviteit van een individu, groep of land, maar vooral sociaal kapitaal. De theorie is dat sociale netwerken waarden hebben en dat sociale contacten een positief effect hebben op de productiviteit van individuen en groepen.<sup>27</sup> Sociaal kapitaal verwijst naar connecties tussen individuen. Het sociaal netwerk van een persoon bestaat uit connecties met anderen.

---

<sup>23</sup> Ghorashi, Paradoxen van culturele erkenning, pp.13-14.

<sup>24</sup> Ghorashi, Paradoxen van culturele erkenning, p.14.

<sup>25</sup> Rijkschroeff & Duyvendak, De omstrede betekenis van zelforganisaties, p.33.

<sup>26</sup> Rijkschroeff & Duyvendak, De omstrede betekenis van zelforganisaties, p.34.

<sup>27</sup> Putnam, Bowling Alone, pp.18-19.

Sociaal kapitaal kan in verschillende categorieën worden onderverdeeld. Ten eerste bestaat het onderscheid tussen individueel (privé) sociaal kapitaal en collectief (publiek) sociaal kapitaal.<sup>28</sup> Een individu kan baat hebben van zijn sociaal netwerk voor persoonlijke doeleinden. Het vinden van werk slaagt bijvoorbeeld sneller door het principe 'netwerken'. Voor netwerken geldt: 'Het gaat er niet om wat je weet, maar wie je kent'. Met collectief sociaal kapitaal refereert Putnam naar de wederzijdse verplichtingen die een sociaal netwerk met zich meebrengt. Het gaat hierbij over een 'gegeneraliseerde wederkerigheid': "*I'll do this for you without expecting anything back from you, in the confident expectation that someone else will do something for me down the road.*"<sup>29</sup> Wederkerigheid als norm staat centraal in een sociaal netwerk. Een maatschappij waar gegeneraliseerde wederkerigheid de norm is, is efficiënter dan een wantrouwende maatschappij. Maatschappelijke participatie en sociaal kapitaal versterken het gevoel van wederzijdse verplichting en de eigen verantwoordelijkheid voor actie.

Algemene wederkerigheid leidt tot eerlijkheid en betrouwbaarheid. Van "*Honesty is the best policy*" is sprake wanneer gesproken wordt over een sociaal ontworpen samenleving.<sup>30</sup> In betrouwbaarheid zit een tweedeling. Een persoon kan iemand vertrouwen door een persoonlijke ervaring met een individu. Vertrouwen dat ontstaat door een sterk persoonlijke relatie wordt 'dik vertrouwen' genoemd. Maar diezelfde persoon kan ook iemand vertrouwen op basis van een algemene gemeenschapsnorm. Vertrouwen in de algemene ander wordt ook wel 'dun vertrouwen' genoemd. De 'algemene ander' heeft in dit principe dezelfde achtergrond en hetzelfde sociaal netwerk. Dun vertrouwen is meer waard dan dik vertrouwen, omdat hierdoor simpelweg meer mensen vertrouwd kunnen worden. Vertrouwen in de overheid kan een oorzaak of gevolg van sociaal vertrouwen zijn.

Een tweede onderscheid in sociaal kapitaal bestaat uit positieve en negatieve gevolgen. Het is mogelijk, net als bij menselijk en economisch kapitaal, om sociaal kapitaal in te zetten voor negatieve doeleinden, zoals corruptie. In dit onderscheid is het belangrijk om de positieve gevolgen van sociaal kapitaal - wederzijdse ondersteuning, samenwerking en vertrouwen - te bevorderen.<sup>31</sup> Een derde onderscheid kan worden gemaakt tussen formeel en informeel georganiseerd sociaal kapitaal. Formeel georganiseerd sociaal kapitaal, zoals de grondwet of de vrijwillige brandweer in Amerika, heeft een publieke functie. Aan de andere kant vervult informeel sociaal kapitaal, zoals een voetbalwedstrijd, minder een publieke functie, maar streeft dit meer de eigen doeleinden na. Het is ook mogelijk dat formeel sociaal kapitaal een publieke functie heeft, maar ook bij iemands privédoeleinden aansluit.

Het vierde onderscheid in sociaal kapitaal is het verschil tussen *bonding* sociaal kapitaal en *bridging* sociaal kapitaal.<sup>32</sup> Bindend sociaal kapitaal is naar binnen gekeerd sociaal kapitaal en versterkt de eigen, exclusieve, identiteit van het sociale netwerk van een homogene gemeenschap. Dit bindende sociaal kapitaal is goed voor wederkerigheid en voor onderlinge solidariteit. *Bonding* zorgt in bepaalde gemeenschappen ook voor sociale en psychologische ondersteuning voor leden die het vanuit financieel en sociaal oogpunt zwaarder hebben. Putnam verwoordt dit als: bindend sociaal kapitaal is goed om rond te komen, maar om verder te komen is overbruggend sociaal kapitaal essentieel. *Bridging* sociaal kapitaal ontstaat wanneer een individu of groep ook buiten de eigen gemeenschap kijkt. Om *bridging* kapitaal toe te passen moeten individuen contact zoeken met andere individuen en groepen

---

<sup>28</sup> Putnam, *Bowling Alone*, pp.20-21.

<sup>29</sup> Putnam, *Bowling Alone*, p.21.

<sup>30</sup> Putnam, *Bowling Alone*, p.135.

<sup>31</sup> Putnam, *Bowling Alone*, p.22.

<sup>32</sup> Putnam, *Bowling Alone*, pp.22-23.

die een andere sociale achtergronden hebben. Op die manier ontstaan niet alleen homogene gemeenschappen, maar ook heterogene gemeenschappen.

Idealiter leidt dit 'naar buiten kijken' weer naar nieuwe sociale netwerken, die de grenzen van de eigen gemeenschap overstijgen. Bij overbruggend sociaal kapitaal is het mogelijk om meerdere identiteiten en wederkerigheid te genereren, omdat door overbruggend sociaal kapitaal bij meerdere sociale netwerken aangesloten kan worden. De uitspraak van Putnam over de mogelijkheid van het hebben van meerdere identiteiten sluit aan bij de *multiple identity theory*.<sup>33</sup> Deze theorie houdt in dat een individu niet één identiteit heeft, maar zich meerdere identiteiten kan toekennen door bijvoorbeeld leeftijd, gender, religie, etnische achtergrond, familie of levenservaring. Het verband tussen *bonding* en *bridging* sociaal kapitaal is volgens Putnam overduidelijk. Het zijn niet twee categorieën die los van elkaar kunnen bestaan. *Bonding* is nodig om *bridging* te creëren. Kortom: *bonding* leidt tot *bridging*.

Putnam beschouwt geloofsgemeenschappen als de belangrijkste 'opslagplaats' van sociaal kapitaal in een samenleving.<sup>34</sup> Ten eerste organiseren religieuze en levensbeschouwelijke organisaties veel sociale activiteiten voor de samenleving. Dit zijn niet alleen maar religieuze activiteiten, maar ook activiteiten gericht op de maatschappij. Indirect spelen religieuze en levensbeschouwelijke organisaties volgens Putnam een belangrijke rol als het gaat over het aanleren van normen en waarden en sociale vaardigheden in de samenleving. Dit zou vervolgens bijdragen aan het algemeen belang en versterking van de samenleving. Het behoren tot een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie hangt ook nauw samen met vrijwilligerswerk en liefdadigheid. Religieuze idealen zijn namelijk '*potentially powerful sources*' van toewijding en motivatie voor vrijwilligerswerk en liefdadigheid, omdat de gemeenschappen geloven dat zij worden gedreven door een goddelijke kracht.<sup>35</sup>

Het Amerika van Putnam heeft, net als Nederland, te maken (gehad) met de komst van nieuwe religies. De oorzaak hiervan is de komst van immigranten. Putnam stelt dat emigratie zorgt voor een vermindering van iemands sociaal kapitaal, omdat een immigrant in de meeste gevallen zijn sociale connecties achterlaat. Rationeel gezien streeft een immigrant dus naar het behouden en opnieuw creëren van sociaal kapitaal in het nieuwe land. De kans is groot dat de immigrant zich in het nieuwe land zoveel mogelijk probeert te vestigen bij immigranten uit hetzelfde land van herkomst. Putnam noemt dit de algemene aanpassingsstrategie van immigranten. De strategie laat zien wat de essentiële waarde van sociaal kapitaal is voor immigranten.<sup>36</sup> Putnam haalt vervolgens historicus Rowland Berthoff aan om deze strategie kracht bij te zetten. Berthoff concludeert dat immigranten in Amerika die een sterk bindend gemeenschapsleven creëerde, al snel overbruggend werden naar andere gemeenschappen en verbindend werkten voor de samenleving.

Kenmerkend aan het sociaal kapitaal van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties is volgens Putnam altruïsme, vrijwilligerswerk en liefdadigheid.<sup>37</sup> Putnam constateert hierin een ontwikkeling: vrijwilligerswerk en liefdadigheid zijn steeds meer georganiseerd en geprofessionaliseerd geraakt. Het zijn niet alleen meer religieuze en levensbeschouwelijke organisaties die zich hiervoor inzetten, maar tegenwoordig bestaan er stichtingen en coöperaties die dit in een georganiseerde vorm doen. Deze ontwikkeling in Amerika komt overeen met de opkomst van welzijnsorganisaties in Nederland. Vroeger was het in Nederland een taak van de kerk om de zorg van haar leden op zich te nemen.

---

<sup>33</sup> Jones, S. R. & McEwen, M. K. (2000). A Conceptual Model of Multiple Dimensions of Identity. In: Journal of College Student Development. Jaargang 41, nummer 4, p. 405.

<sup>34</sup> Putnam, Bowling Alone, pp. 66-79.

<sup>35</sup> Putnam, Bowling Alone, p. 67.

<sup>36</sup> Putnam, Bowling Alone, p.390.

<sup>37</sup> Putnam, Bowling Alone, pp.116-117.

Maar door de opkomst van welzijnsorganisaties ten tijde van de verzorgingsstaat namen zij deze verantwoordelijkheid over.<sup>38</sup>

Anders dan geprofessionaliseerde organisaties, organiseren sociale connecties zich samen *met* mensen om iets goed te doen *voor* mensen.<sup>39</sup> Dit motiveert mensen om geld en tijd in iets te steken. Dit is in het kort hoe en waarom sociaal kapitaal georganiseerd wordt. Sociaal kapitaal laat burgers hun collectieve problemen zelf oplossen. Mensen weten voor collectieve problemen zelf de beste oplossing en deze bereiken ze door samenwerking, waarin iedereen een aandeel heeft. Sociaal kapitaal zorgt bij een collectief probleem voor collectieve actie. Sociaal kapitaal is de smeerolie van de samenleving. Eerlijkheid en betrouwbaarheid dragen bij aan een effectieve en efficiënte samenwerking.

#### 2.4. Balans tussen bonding en bridging

Het is duidelijk geworden dat *bonding* en *bridging* draaien om de juiste balans. *Bonding* is nodig voor *bridging*, maar *bonding* heeft de mogelijkheid zich tot negatieve doeleinden te richten. *Bonding* is nodig om mensen te mobiliseren. Stark en Finke hebben in het boek 'Acts of Faith' geprobeerd te achterhalen waarom sommige religieuze organisaties goed zijn in het mobiliseren van leden en waarom dit bij andere religieuze organisaties niet lukt.<sup>40</sup> Hun analyse geeft inzicht in de balans tussen *bonding* en *bridging*. Actieve religieuze organisaties zijn voor Stark en Finke 'enthousiast en effectief'. Een essentieel kenmerk van een enthousiaste en effectieve religieuze organisatie is exclusiviteit. Maar hoe exclusiever een organisatie is, hoe meer toewijding de leden leveren aan de organisatie.<sup>41</sup> Hoe exclusiever een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie is, hoe groter de spanning met de buitenwereld. Religieuze sektes beschouwen Stark en Finke als religieuze organisaties met een relatief hoge spanning met de omgeving. Een hoge mate van exclusiviteit brengt niet alleen een hoge mate van toewijding en spanning met zich mee, maar het zorgt ook dat het veel kost om bij een groep te horen. De kosten drukken zich niet alleen uit in financieel kapitaal, maar ook in psychisch en sociaal kapitaal. Hoe exclusiever een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie, des te meer tijd en energie hieraan wordt besteed.

Een monopolie van één religie in een samenleving werkt het enthousiasme en de effectiviteit van een religieuze of levensbeschouwelijke organisaties tegen. Een monopolie ontstaat bijvoorbeeld wanneer een overheid één religie tot staatsreligie benoemt. Een monopolie ontstaat als de staat de markt van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties, de 'religieuze economie', probeert te reguleren.<sup>42</sup> Het reguleren van een markt zorgt voor het verdwijnen van competitie, omdat gelijkheid tussen religieuze en levensbeschouwelijke organisaties verdwijnt. Gelijkheid is volgens Stark en Finke dus nodig om religieuze en levensbeschouwelijke organisaties te activeren. Stark en Finke beschouwen het socialisme ook als regulering van de religieuze economie. De socialistische ideologie zorgt dat minder sterke religieuze gemeenschappen worden ondersteund om uit hun achterstand te komen, waardoor de gemeenschappen gelijke kansen krijgen. Stark en Finke zien dit als een belemmering van een gelijkwaardige, eerlijke, competitieve en ongereguleerde religieuze economie.

De exclusiviteit van een religieuze organisatie kan vergeleken worden met de *bonding* kant van sociaal kapitaal. Hoe exclusiever een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie, hoe hoger de *bonding* binnen de gemeenschap. Exclusiviteit verhoogt ook de spanning met de buitenwereld, waardoor

---

<sup>38</sup> Ghorashi, Paradoxen van culturele erkenning, p.13.

<sup>39</sup> Putnam, Bowling Alone, p.117.

<sup>40</sup> Stark, R. & Finke, R. (2000), Acts of Faith: explaining the human side of religion. University of California Press.

<sup>41</sup> Stark & Finke, Acts of Faith, pp.142-146.

<sup>42</sup> Stark & Finke, Acts of Faith, p.193.

*bridging* wordt verminderd. Ook Putnam constateert dat *bonding* een gevoelig begrip is. Putnam schofelt de lezer aan het einde van zijn boek een dilemma voor. Als gekozen kan worden voor meer overbruggend sociaal kapitaal, dan is dat zeker een optie. Maar wat als alleen gekozen kan worden voor de tweede optie? *This second-best magic wand would bring more blacks and more whites to church, but not the same church, more Hispanics and Anglos to the soccer field, but not the same soccer field. Should we use it?*<sup>43</sup> Een duidelijk antwoord geeft Putnam niet op dit dilemma. Wat hij wel zegt is dat sommige vormen van *bonding bridging* juist tegenhouden, maar dat sommige vormen van *bonding* ook juist *bridging* stimuleren. De verhouding *bonding* en *bridging* is contextafhankelijk. De verhouding *bonding* en *bridging* is niet alleen ingewikkeld omdat deze contextafhankelijk is, maar ook de context zelf is dynamisch. Sociale, economische en technologische veranderingen volgen elkaar op. Putnam stelt dat in Amerika in het begin van de 20e eeuw grote technologische en sociale veranderingen hebben plaatsgevonden. De les die Putnam uit het verleden trekt is dat door grote technologische en sociale verandering ruimte ontstaat voor sociaal creatieve oplossingen.

Het creëren van sociaal kapitaal is geen gemakkelijke opdracht. Putnam ziet hierin, zoals de meeste sociale kwesties, een institutionele en individuele kant.<sup>44</sup> Aan de ene kant is het nodig om nieuwe structuren en een nieuw beleid te creëren voor maatschappelijke participatie. Aan de andere kant moet iedereen, van leiders tot activisten, op zoek gaan naar innovatieve manieren om te antwoorden op de dynamische context en de achterblijvende instituties en praktijken. Maatschappelijke participatie komt alleen tot stand als denkers en doeners van verschillende gemeenschappen en sociale netwerken samen komen om op zoek te gaan naar antwoorden. Voor religieuze en levensbeschouwelijke organisaties betekent dit dat religie volgens Putnam meer moet gaan leven op een nieuwe, pluralistische, sociaal verantwoordelijke manier.<sup>45</sup> Door spirituele verbondenheid ziet Putnam een meer tolerante houding tegenover geloof en geloofspraktijken ontstaan, wat bijdraagt aan het sociaal kapitaal en maatschappelijke participatie. Om dit te bereiken vindt Putnam dat religieuze en levensbeschouwelijke organisaties moeten mee veranderen met de tijd. Om daadwerkelijk overbruggend sociaal kapitaal te bouwen moeten er activiteiten georganiseerd worden die sociale, etnische en politieke achtergronden overstijgen.<sup>46</sup>

Concluderend: religieuze en levensbeschouwelijke organisatie dragen bij aan het sociale welzijn en het activeren van mensen in de samenleving. Het sociale welzijn bestaat uit een netwerk van sociale contacten waarin individuen zich met elkaar verbonden voelt. Het sociale netwerk geeft het gevoel ergens bij te horen en thuis te voelen, wat een belangrijk aspect is voor integratie. Voor nieuwkomers in een vreemde samenleving is het extra van belang om een 'nieuw thuis' te creëren volgens de aanpassingsstrategie van Putnam. Religieuze en levensbeschouwelijke organisaties bieden een 'thuis' en het behoren tot een organisatie kan leiden tot sociale integratie. De religieuze en levensbeschouwelijke organisaties kunnen door hun sociaal kapitaal ook de brug zijn naar integratie op het gebied van werk en maatschappij.

---

<sup>43</sup> Putnam, *Bowling Alone*, p.362.

<sup>44</sup> Putnam, *Bowling Alone*, p.403.

<sup>45</sup> Putnam, *Bowling Alone*, p.409.

<sup>46</sup> Putnam, *Bowling Alone*, pp.411-412.



## 3. Maatschappelijke activatie

### 3.1. Inleiding

Wanneer gesproken wordt over maatschappelijke activatie, kan dit gelinkt worden aan de bestaande beleidstheorie sociale activering. Sociale activering is een bestaande beleidsmethode met een achterliggende theorie, die bijvoorbeeld wordt toegepast op de re-integratie van werklozen in de samenleving. Iemand zonder werk wordt als problematisch beschouwd in de huidige maatschappij. Het doel is om deze problematische doelgroep weer deel te laten nemen in de samenleving. In het geval van werklozen betekent dit dat zij weer aan het werk gaan (economische participatie). De sociale omgeving van de doelgroep speelt in deze theorie een belangrijke rol. De achterliggende gedachte is dat sociale participatie bijdraagt aan economische participatie. Net zoals bij sociale activering, is het doel van maatschappelijke activatie om een bepaalde groep actief te laten zijn in de maatschappij. Deze groep wordt bij sociale activering als problematisch beschouwd, maar bij maatschappelijke activatie wordt niet uitgegaan van problemen maar van mogelijkheden. In het geval van dit onderzoek zijn religieuze en levensbeschouwelijke organisaties in Den Haag de groep waarop maatschappelijke activatie betrekking heeft. Dit hoofdstuk laat zien dat de betekenis van sociale activering<sup>47</sup>, zoals hierboven genoemd, op meerdere vlakken verschilt van de betekenis van maatschappelijk activatie. In dit hoofdstuk zal eerst een omschrijving worden gegeven van het huidige postmoderne discours. Nadat die fundering gelegd is, volgt een paragraaf over creativiteit en motivatie. Tot slot wordt ingegaan op de vijf basisprincipes van activatie.

### 3.2. Het postmoderne discours

Een discours heeft betrekking op alle domeinen van de samenleving, zoals op de maatschappij, economie, organisatie, politiek, et cetera. In het huidige tijdperk speelt de informatie- en netwerksamenleving een grote rol.<sup>48</sup> De informatie- en netwerksamenleving is ontstaan door grote technologische ontwikkelingen: de komst van de computer heeft gezorgd voor veel informatie en de komst van het internet heeft gezorgd voor een online netwerk. Dit betekent dat op alle domeinen verandering plaatsvindt. De wereld is nu en in de toekomst continu in ontwikkeling. Deze dynamiek is ook terug te vinden in het postmoderne discours. Ook in het organiseren van beleid wordt altijd gekeken naar de huidige omstandigheden. De definitie van organiseren is: 'Als mensen samenleven en samenwerken, bedenken ze met elkaar regeltjes en maken ze afspraken waardoor die samenwerking beter verloopt. Dat heet organiseren.'<sup>49</sup> Echter, zoals net aangekaart, zijn de wereld en de omstandigheden continu in beweging. Het gevolg hiervan is dat als beleid is georganiseerd en uitgevoerd, de omstandigheden blijven veranderen. Tussen de instituties en werkelijkheid ontstaat daardoor frictie. Kortom: de omstandigheden zijn dynamisch, beleid is dat niet.

Als de wereld niet, of traag, zou veranderen, dan zijn regels functioneel. Tegenwoordig vindt verandering door de informatie- en netwerksamenleving zo snel plaats, dat nieuwe regels en afspraken alweer achterhaald zijn voordat de regels ingaan. Het gevolg hiervan is dat 'problemen' in een samenleving steeds meer op een andere manier benaderd moeten worden. Een tijd lang hebben mensen problemen afgeschoven bij de overheid, bedrijven of andere instanties. 'Ze' moesten het maar eens

---

<sup>47</sup> Pennen, van der, Sociale activering

<sup>48</sup> Aslander & Witteveen, Een Beetje Nooit Af, p.87.

<sup>49</sup> Aslander & Witteveen, Een Beetje Nooit Af, p.21.

oplossen.<sup>50</sup> 'Ze' zijn echter niet meer effectief door alle statische regels en organisaties, waardoor steeds meer het besef komt dat 'we' het beter zelf kunnen doen. De informatie- en netwerksamenleving helpt hierbij. Maar verandering kan een gevoel van onzekerheid met zich mee brengen. Reacties kunnen bestaan uit angst, hoop, vastklampen aan het oude, of juist loslaten ten behoeve van het nieuwe. Negatieve reacties bestaan omdat het in de mens zit om zijn bestaande belangen te verdedigen. Voor het verdedigen van die belangen bestaan middelen als wetgeving, lobby, framing en statistiekmanipulatie.<sup>51</sup> In het belang van dit onderzoek is het nodig om framing en statistiekmanipulatie verder toe te lichten.

Kortgezegd is framing een bepaald denkraam waarin een boodschap wordt verkondigd. Het doel is om de ontvanger van de boodschap te manipuleren.<sup>52</sup> Statistiekmanipulatie is een bepaalde vorm van framing. Aan de hand van statistiek is het ook mogelijk om een bepaalde werkelijkheid te creëren. Het 'framen' begint al met de keuze *wat* er gemeten gaat worden. Het bijhouden van etnostatistiek is om die reden al zeer problematisch.<sup>53</sup> Een meer specifiek voorbeeld zijn statistieken over criminaliteit onder immigranten. Het beeld dat gecreëerd wordt is dat immigranten wel crimineel moeten zijn, anders zal dat niet gemeten worden. Vervolgens is er de keuze *hoe* de statistiek weergegeven wordt. Een statistiek is nooit lineair. Kiest men ervoor om de stijgende lijn of de dalende lijn te laten zien? Media dragen bij aan het versterken van de kracht van framing en statistiekmanipulatie.

Door opkomst van de informatie- en netwerksamenleving ligt macht niet meer alleen in handen van een kleine groep rijken, maar deze macht ligt nu ook bij alle wereldburgers die toegang hebben tot internet. Iedereen, rijk of arm, kan met toegang tot internet groepen mensen mobiliseren voor het produceren van betere producten, diensten of oplossingen.<sup>54</sup> Internet creëert niet alleen draagvlak onder mensen, maar ook netwerk- en samenwerkingsplatforms. Aslander en Witteveen adviseren in hun boek *Nooit Af* dat het in deze dynamische tijd essentieel is een 'Nooit-Af' mentaliteit aan te nemen:

"Misschien moeten we er vrede mee hebben dat dingen Nooit Af zijn. We doen altijd wel alsof zaken en projecten Af zijn, iedereen doet heel erg zijn best om dingen af te maken, en afmaken is ook beslist een deugd. Maar misschien is beginnen tegenwoordig wel veel belangrijker dan afmaken. Je ziet die grondrichting nu ook overal opkomen bij startups: er is nog geen vastomlijnd plan, alleen een richting of een doel."<sup>55</sup>

De focus op beginnen bereikt in de huidige samenleving meer dan de focus op afmaken. Een verschuiving van focus naar ruimte creëert mogelijkheden, ideeën, passie, enthousiasme en plezier.

### 3.3. Creativiteit en motivatie

Een van de basisprincipes van (sociale) activering en maatschappelijke activatie is dat beiden een bijzondere vorm van participatiebevordering zijn.<sup>56</sup> Participatiebevordering is niet alleen onderdeel van activatie, maar ook van integratie. Hoe meer iemand participeert in het economische, sociaal-culturele en maatschappelijke veld, hoe meer iemand integreert in de samenleving. Zoals eerder gezegd is met

---

<sup>50</sup> Aslander & Witteveen, *Een Beetje Nooit Af*, p.30.

<sup>51</sup> Aslander & Witteveen, *Een Beetje Nooit Af*, pp.45-47.

<sup>52</sup> Noordegraaf, M. (2008). *Management in het publieke domein: issues, instituties en instrumenten*. Bussum: Uitgeverij Coutinho, p. 219.

<sup>53</sup> De Zwart, F. (2011). Het systeem van etnische categorieën in Nederland: Onbedoelde gevolgen van institutionalisering. In: *Migrantenstudies*. Jaargang 27, nummer 1, pp.2-21.

<sup>54</sup> Aslander & Witteveen, *Een Beetje Nooit Af*, p.27.

<sup>55</sup> Aslander & Witteveen, *Een Beetje Nooit Af*, p.89.

<sup>56</sup> Van der Pennen, *Sociale activering*, p.10.

name deelname in het maatschappelijke veld van belang, omdat dit bijdraagt aan het sociale welzijn van de burger. Literatuur over sociale activering laat zien dat activatie, participatie en integratie in verband staan met elkaar.<sup>57</sup> Bovendien bestaat sociale activering als beleidstheorie uit een individuele, instrumentele of marktgerichte strategie. Deze drie beleidsmethodes, met name de instrumentele en de marktgerichte strategie, van sociale activering creëren geen gelijkheid en ruimte voor de doelgroep, waardoor deze methodes niet aansluiten bij de betekenis van maatschappelijke activatie.

Om de discrepantie tussen sociale activering en maatschappelijke activatie te verhelderen zal de betekenis van participatie en activatie uitgelegd worden aan de hand de theorie van Charles Leadbeater. Ook bij Leadbeater speelt de informatie- en netwerksamenleving in zijn boek een grote rol, maar dit is niet waar de inhoud van het boek om draait. Leadbeater stelt, net als de beleidstheorie van sociale activering, dat activatie een transformatie van participatie is.<sup>58</sup> Hiermee bedoelt Leadbeater, net als Van der Pennen, dat activatie een bijzondere vorm van participatiebevordering is. Activatie is net als participatie een manier om 'aan iets deel te nemen', alleen de manier hoe deelgenomen wordt aan het doel, activiteit of project is verschillend. Participatie komt van het latijn *participare* wat 'laten deelnemen' of 'deelhebben aan' betekent. Wanneer een persoon aan iets deelneemt, dan is dat aan iets wat al is begonnen en bestaat. Het is een activiteit of project waar al doelen voor zijn opgesteld en het proces al is bedacht. Leadbeater stelt dat naast participatie ook 'delen' en 'samenwerken' nodig is om tot activatie te komen. Activatie betekent volgens Leadbeater dus participeren, delen én samenwerken aan eenzelfde doel. Delen en samenwerken zorgen voor het creatieve fundament, wat nodig is om participatie te transformeren naar activatie. Het verschil tussen participatie en activatie is dat 'het delen en samenwerken aan eenzelfde doel' leidt tot gelijkheid in het deelnemingsproces tussen de deelnemers. Daarnaast leidt delen en samenwerken tot het geven van ruimte aan de deelnemers om hun eigen ideeën of invulling in te brengen. Delen en samenwerken maken daardoor het ontstaan van creativiteit mogelijk.

Aan de hand van de literatuur van Robinson wordt duidelijk waarom gelijkheid en ruimte tussen deelnemers leidt tot creativiteit. Volgens Robinson is creativiteit de grootste gift van de menselijke intelligentie. Hoe complexer de wereld wordt, des te meer creativiteit nodig is om de uitdagingen van die complexiteit aan te gaan.<sup>59</sup> Robinson ziet creativiteit als een onderdeel van het constructivistisch (lees: postmodern) denken. Hij stelt dat de wereld gecreëerd is door ideeën, geloof en waarden van menselijke verbeeldingen en culturen. Denken en voelen gaat over het hebben van ideeën over iets en het interpreteren van ervaringen, om zodoende iets betekenis te kunnen geven. Iedereen geeft op een andere manier betekenis. Omdat de wereld volgens Robinson gecreëerd is, kan de wereld ook gerecreëerd worden. Opnieuw iets creëren ontstaat met een idee. Een idee is een nieuwe manier van kijken waardoor oude zekerheden worden 'verbrijzeld'.<sup>60</sup> Een idee is essentieel voor het proces van verandering. Robinson benoemt vervolgens drie soorten ideeën. De eerste soort is verbeelding. Verbeelding is het proces van iets inbeelden in gedachten, iets wat nog niet aanwezig is in de materiële wereld. Het tweede soort idee is creativiteit. Creativiteit is het proces van het ontwikkelen van originele ideeën die waarde hebben. Creativiteit ontstaat wanneer verbeeldingen met elkaar gedeeld worden. Ten derde bestaat er innovatie. Innovatie is het proces waarin creatieve ideeën worden geïmplementeerd in de praktijk.

---

<sup>57</sup> Van der Pennen, Sociale activering, pp. 23-38.

<sup>58</sup> Keurntjes, S. (2012). En we noemen het activatie: een explorerend onderzoek naar wat activatie is, hoe het tot stand komt en wat een organisatie als Incubate daarmee kan doen. Masterscriptie Universiteit Tilburg, p.16.

<sup>59</sup> Robinson, K. (2001). Out of our minds: learning to be creative. Capstone Publishing Ltd, p.15.

<sup>60</sup> Robinson, Out of our minds, p.17.

Creativiteit is geen eenduidig maar een onverwachts proces. Het voldoet niet aan verwachtingen, want die zijn er niet. Creativiteit is altijd een gemeenschappelijk iets. Het is een sociaal verschijnsel waarbij mensen met verschillende vaardigheden en inzichten samen ideeën uitwisselen en ontwikkelen.<sup>61</sup> Oftewel, 'creativiteit is een uiterst sociale activiteit waar veel wordt samengewerkt'.<sup>62</sup> Dit sluit aan bij Leadbeater die stelt dat activatie een vorm is van participeren, delen en samenwerken. Participeren vindt meestal plaats in een sociaal netwerk, samen met andere mensen. Een verbeelding ontstaat bij een individu, maar deze verbeelding moet gedeeld worden met andere individuen om tot creativiteit te komen. Het is vervolgens essentieel om samen te werken om het creatieve idee in de praktijk te kunnen toepassen. Op die manier ontstaat innovatie. Delen en samenwerken is dus alleen mogelijk met een sterk sociaal netwerk. Het hebben van een of meerdere sociale netwerken is daarom de basis voor creativiteit en activatie. Leadbeater noemt het proces van participeren, delen en samenwerken in zijn boek geen activatie maar *We-Think*. Hij gaat specifiek in op de totstandkoming van *We-Think* organisaties en gemeenschappen. In het eerste deel van zijn boek gaat Leadbeater in op het concept delen en het delen van ideeën:

'Als jij en ik een euro hebben, en we ruilen de euro, dan hebben we beide alsnog één euro. Als jij en ik een idee hebben, en we delen ons idee met elkaar, dan hebben we allebei twee ideeën.'<sup>63</sup>

Het zijn de sociale netwerken en gemeenschappen die kennis voortbrengen. Ideeën circuleren in gemeenschappen, waardoor een idee vaak niet tot de verbeelding blijft.

Activatie is afhankelijk van het motiveren van een groep mensen om iets bij te dragen aan een gezamenlijk doel.<sup>64</sup> Motivatie bestaat uit intrinsieke en excentrieke motivatie. Intrinsieke motivatie zorgt dat mensen iets willen doen. Daartegenover staat excentrieke motivatie, wat betekent dat iemand iets moet doen in plaats van wil doen. Intrinsieke motivatie is de basis om tot activatie te komen.<sup>65</sup> Intrinsieke motivatie van een individu heeft tot gevolg dat het individu zijn idee of onderwerp met enthousiasme bespreekt met anderen. Het bespreken van een idee betekent dat het idee gedeeld wordt met anderen. Intrinsieke motivatie brengt dus enthousiasme met zich mee, waardoor ook andere personen enthousiast kunnen worden van het idee. Uiteindelijk raken ook die mensen intrinsiek gemotiveerd door de gedeelde visie die ze samen creëren. Volgens Leadbeater speelt naast de intrinsieke motivatie ook erkenning een grote rol. Mensen delen ideeën omdat het kan leiden tot erkenning. Het krijgen van erkenning en respect heeft grote invloed op het welzijn van de mens.<sup>66</sup> Het krijgen van erkenning geeft namelijk een gevoel van voldoening. Die voldoening ontstaat door iets te betekenen en te organiseren *met* mensen *voor* mensen. Samenwerking speelt hierin een grote rol, omdat door samenwerking mensen worden beloond, verlangens worden bevredigd, en persoonlijke doelen gerealiseerd.<sup>67</sup>

---

<sup>61</sup> Leadbeater, *We-Think*, p.7.

<sup>62</sup> Keurntjes, *En we noemen het activatie*, p.25.

<sup>63</sup> Leadbeater, *We-Think*, p.6.

<sup>64</sup> Leadbeater, *We-Think*, p.21.

<sup>65</sup> Ryan, R.M. & Deci, E.L. (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. In: *Contemporary Educational Psychology*. Jaargang 25. University of Rochester, pp. 54–67.

<sup>66</sup> Leadbeater, *We-Think*, pp.232-233,

<sup>67</sup> Leadbeater, *We-Think*, p.72, p.233.

### 3.4. De basisprincipes van activatie

Het is cruciaal dat deelnemers niet volledig opgaan in het collectief van een organisatie of gemeenschap. Wanneer dit gebeurt denken de deelnemers niet meer individueel na en nemen zij geen verantwoordelijkheid meer. Dit betekent dat gemeenschappen niet naar binnen moeten keren, maar juist naar 'buiten' gericht moeten zijn om open en innovatief te blijven. Of zoals dit voorbeeld van Leadbeater duidelijk maakt: 'Wikipedia is geen sekte'.<sup>68</sup> Leadbeater heeft vijf kenmerken opgesteld waarop actieve organisaties steunen. Hij noemt deze kenmerken 'basisprincipes'. Als al deze basisprincipes in goede balans gebruikt worden, is het niet mogelijk om naar binnen te keren, maar alleen mogelijk om actief en innovatief te worden.

Het eerste principe is **de kern**. Een gemeenschap moet een sterke kern van mensen hebben. Een sterke kern trekt mensen met verschillende vaardigheden aan. De diversiteit aan vaardigheden en talenten in een gemeenschap maakt een gemeenschap waardevol. Maar een kern kan zich alleen verder ontwikkelen als de kern deelt en samenwerkt met de rest van de groep. 'Succesvolle innovatie komt voort uit een creatieve dialoog tussen mensen die verschillende vaardigheden, inzichten en kennis combineren om een probleem te onderzoeken.'<sup>69</sup> Creatieve gemeenschappen hebben meestal een sociale structuur waarin de kleine, toegewijde, kern het zwaarste werk verricht. Het is deze kleine sterke kern die een specifieke passie deelt of een gemeenschappelijk probleem wil aanpakken. Om dynamisch te blijven is het noodzakelijk dat de kern zich openstelt tot de rest van de gemeenschap zodat er gedeeld en samengewerkt kan worden. Als dit niet wordt gedaan bestaat de mogelijkheid dat de gemeenschap te veel naar binnen gekeerd raakt.

Het tweede principe is **bijdragen**. Het is van belang dat de verschillende individuen die zich inzetten voor de gemeenschap of organisatie op verschillende manieren een bijdrage kunnen leveren. De bijdrage bestaat niet alleen uit een vaardigheid, talent of inzicht, maar ook uit de toegang die mensen hebben tot hulpmiddelen. Het gaat hier om het sociaal kapitaal van een individu. Een diverse samenstelling van de gehele gemeenschap of organisatie is net zo belangrijk als de denkracht van de kern. Als een groep te homogeen wordt, ontstaat er een gebrek aan ideeën, waardoor de groep niet meer creatief en innovatief is.

Het derde principe is **contact**. Hoe meer contact met andere gemeenschappen wordt gemaakt, hoe meer onverwachte, creatieve en uiteindelijk innovatieve combinaties ontstaan. Diversiteit is niet veel waard als diverse mensen niet met elkaar in contact komen. Er moet volgens Leadbeater een kruisbestuiving ontstaan tussen verschillende ideeën. De meerwaarde van diversiteit komt pas tot zijn recht als er contact is. Om die reden zijn ontmoetingsplekken nodig. Ontmoetingsplekken zijn neutrale plaatsen, dus geen marktsituatie, waar ruimte is om onbelemmerd over ideeën te kunnen praten. Verschillende ontmoetingsplekken, on- en offline, hebben één gezamenlijk kenmerk: ze verbinden een grote hoeveelheid mensen met elkaar.<sup>70</sup>

Het vierde principe is **samenwerken**. Leadbeater is van mening dat samenwerking georganiseerd kan en moet worden, voordat het kan leiden tot innovatie. Om georganiseerd te zijn hebben we niet langer meer een organisatie nodig, en zeker niet een organisatie die hiërarchisch en formeel is. Leadbeater praat daarom liever over een sociale structuur dan een organisatie. Bij het eerste basisprincipe hebben we gezien dat de kern een belangrijke plaats inneemt in de sociale structuur. Activatie vindt alleen plaats als een gemeenschap, groep of organisatie een verantwoordelijk zelfbestuur heeft. Leadbeater stelt dat hoe groter de diversiteit in een groep is, hoe lastiger het is een verantwoordelijk

---

<sup>68</sup> Leadbeater, We-Think, p.22.

<sup>69</sup> Leadbeater, We-Think, p.69.

<sup>70</sup> Leadbeater, We-Think, p.78.

zelfbestuur te hebben. Hij ziet een probleem ontstaan als mensen in een groep fundamenteel verschillende waardes hebben, waardoor het lastig wordt overeenstemming te bereiken. Verschillende denkwijzen zijn essentieel voor innovatie, verschillende waarden kunnen leiden tot onenigheid.<sup>71</sup>

Aangezien een manier van denken grotendeels samenhangt met de normen en waarden van een persoon, is een goede balans hierin noodzakelijk en moet een creatieve gemeenschap open staan en begrip hebben voor elkaars zienswijze. Die balans ontstaat wanneer gemeenschappen verenigd zijn rond een simpel en aanstekelijk doel en als de samenwerkende gemeenschappen het juiste soort leiderschap bezitten die ideeën kan beoordelen en rangschikken. Doeltreffend besturen is mogelijk wanneer de besluitvorming open is. Iedereen moet kunnen inzien wat er is besloten en hoe. Ieder circulerend idee dat in een gemeenschap niet doeltreffend wordt aangestuurd raakt in verval. Aan de andere kant is de manier waarop beslissingen worden genomen maar zelden democratisch.<sup>72</sup> Dit is echter nodig zodat een gemeenschap niet uit elkaar valt door verschillende inzichten en standpunten van leden. Ook als een van de leden zich niet aan de (ongeschreven) regels van de gemeenschap houdt, moet die door het zelfbestuur op een of andere manier worden uitgesloten.

Het vijfde en laatste principe is **creëren**. Een idee ontwikkelt zich door groei en een wederzijds proces van waarnemen, bekritisieren, sturen en imiteren.<sup>73</sup> Sociale creativiteit is per definitie zeer gestructureerd. Creativiteit krijgt waarde door een sociaal netwerk, omdat een divers sociaal netwerk vol zit met sociaal kapitaal. Het in de praktijk brengen van creativiteit is alleen mogelijk door gestructureerde samenwerking. Zonder sociale structuur kan de omslag van creativiteit naar innovatie niet worden gemaakt. Creëren is dus het in praktijk brengen van creativiteit, wat door Robinson innovatie wordt genoemd.

De vijf basisprincipes zijn voorwaarden voor een gemeenschap of groep om actief te zijn. Maar activeren is ook afhankelijk van de omstandigheden waar een gemeenschap zich bevindt. Zo moet het bijvoorbeeld mogelijk zijn dat activiteiten of projecten openbaar zijn.<sup>74</sup> Als de omstandigheden het niet toelaten dat een project openbaar is, dan wordt het delen van ideeën ingewikkeld. Er moet dus ruimte zijn of gemaakt worden voor het delen van bepaalde ideeën en projecten. In deze ruimte is het essentieel dat gelijkwaardigheid bestaat. Bij alleen participeren bestaat geen gelijkheid, omdat deelgenomen wordt aan een idee van iemand anders waar al een doel voor is opgesteld. Alleen maar participeren heeft een ongelijke functie in een proces. In activeren neemt samenwerking een belangrijke plaats in. Samenwerking slaagt alleen als beide partijen elkaar zien als gelijken. Omstandigheden moeten dus zo zijn dat gelijkheid gewaarborgd kan worden. Leadbeater ziet het als een uitdaging om meer *We-Think* toe te passen waar dat relevant is, zoals bij complexe problemen die door een enkele individu niet opgelost kan worden.

In hoeverre we innovatief en creatief kunnen zijn met complexe problemen is bepalend voor de welvaart, het welzijn en de hoop in de toekomst. Ideeën en middelen zijn in overvloed, terwijl volgens Aslander en Witteveen veel systemen nog draaien op de gedachte van schaarste aan middelen en ideeën.<sup>75</sup> Een grote kans bestaat volgens Leadbeater dat 'delen' de nieuwe drijfkracht van de economie gaat worden.<sup>76</sup> Dit brengt onzekerheid bij de traditionele economieën, omdat die vooral gebaseerd zijn op particulier bezit. In het delen van ideeën zit een weggeefcomponent. Iedere uitwisseling van ideeën, zelfs als er geld voor wordt betaald, is een geschenk. Als het geschenk in de handen van

---

<sup>71</sup> Leadbeater, *We-Think*, p.79.

<sup>72</sup> Leadbeater, *We-Think*, p.80.

<sup>73</sup> Leadbeater, *We-Think*, p.82.

<sup>74</sup> Leadbeater, *We-Think*, p.84.

<sup>75</sup> Aslander, M. & Witteveen, E. (2016). *Nooit Af*. Amsterdam/Antwerpen: Business Contact, pp.163-168.

<sup>76</sup> Leadbeater, *We-Think*, pp.225-227.

de ontvanger komt, kan die er alles mee doen wat hij of zij zou willen. Het delen van ideeën schept een band, maakt verbinding tussen mensen, brengt emoties over en nodigt uit tot wederkerigheid. Financiële transacties gedijen goed in open markten. Het delen van ideeën gedijt het liefst in de omgeving van relaties, gemeenschappen of groepen. Mensen ontlenen ook steeds vaker hun gevoel van identiteit aan het aangaan van relaties en het delen van interesses.

Leadbeater stelt dat *We-Think* een verhaal biedt 'van vertrouwen en samenwerking gebaseerd op liberale en verlichtingstradities van onderlinge samenwerking in de jacht op betere ideeën, die worden beoordeeld op basis van bewijzen en niet van ideologie.' Het gaat steeds meer om het principe van 'samen': samen is de manier waarop gewerkt wordt. Leadbeater ziet in het internet een wereld waarin het principe van samen werkt. Daarnaast is het op het internet mogelijk om de gestructureerde, wederzijdse en vrije samenwerking tussen mensen en ideeën te bewerkstelligen. Samen zou het leidende principe moeten zijn van leiders. Relaties en netwerken zijn namelijk de bouwstenen van de samenleving.

Zoals in de inleiding vermeld is sociale activering een beleidstheorie. Is het mogelijk dat maatschappelijke activatie, aan de hand van de theorie van Leadbeater, ook als beleidstheorie ingezet kan worden? De overheid zelf is geen creatieve gemeenschap, maar brengt regulatieve- en beleidskaders aan in de maatschappij. De bewegingsruimte van creatieve gemeenschappen bevindt zich in deze regulatieve- en beleidskaders. Daarnaast is de overheid een top-down organisatie, gebaseerd op macht en kennis, met als doel de maatschappij te reguleren en te controleren. Maatschappelijke activatie als beleidstheorie zal een uitdaging zijn, omdat de huidige kenmerken van de overheid haaks staan op de basisprincipes van actieve gemeenschappen. De overheid is bewust van deze discrepantie en probeert hier verandering in te brengen met bijvoorbeeld het project *Ambtenaar 2.0*.<sup>77</sup>

Wetenschappelijke artikelen hebben soms ook moeite met de paradox van activatie en beleid. Bannink stelt bijvoorbeeld in zijn artikel 'Het managen van activering: een dubbele uitdaging' dat activeren 'dicht bij de mens moet gebeuren, zodat rekening kan worden gehouden met lokale omstandigheden en waardoor samenwerking tussen lokale partners mogelijk is.'<sup>78</sup> Activatie van mensen gebeurt niet dicht bij de mens, maar activatie gebeurt door de mens zelf. Als we het managen van activatie bekijken vanuit de ogen van Leadbeater, dan zou hij zeggen dat activatie niet gemanaged kan worden. Management laat mensen dingen doen die zij eigenlijk niet willen doen.<sup>79</sup> Intrinsieke motivatie verandert door management in excentrieke motivatie. Organisatiestructuren die bestaan uit of worden beïnvloed door management, zullen vanuit de theorie van Leadbeater nooit creatieve en innovatie gemeenschappen worden. 'Traditioneel' management laat mensen dingen doen omdat het moet, en niet omdat zij dit in eerste instantie willen. Maar net als bij de overheid vindt ook op het gebied van management een verandering plaats. Nieuw publiek management is bijvoorbeeld een relatief nieuw managementmodel dat meer aansluit bij het begrip activatie, zoals in dit onderzoek is gedefinieerd.<sup>80</sup>

Concluderend, activatie is afhankelijk van intrinsieke motivatie en creativiteit. Creativiteit krijgt pas waarde wanneer het zich in een sociaal netwerk bevindt. Het implementeren van creativiteit wordt ook wel innovatie genoemd. De verhouding tussen traditioneel beleid (en management) en maatschappelijke activatie is paradoxaal. Als maatschappelijke activatie als beleidstheorie gebruikt zal wor-

---

<sup>77</sup> Berlo, van, D. (2012). *Wij, de overheid: cocreatie in de netwerksamenleving*. Boom Lemma.

<sup>78</sup> Bannink, D. (2013). *Het managen van activering: een dubbele uitdaging*. Uit: *Bouwplaats lokale verzorgingsstaat: wetenschappelijke reflecties op de decentralisaties in de sociale zekerheid en zorg*. Den Haag: Boom Juridische Uitgevers, p.1.

<sup>79</sup> Leadbeater, *We-Think*, p.244.

<sup>80</sup> Noordegraaf, *Management in het publieke domein*, pp, 86-92.

den, zal dit dus anders vormgegeven moeten worden dan een traditionele beleidstheorieën. Traditionele beleidstheorieën zijn top-down en gaan over macht, kennis, plannen en controleren. Bij maatschappelijke activatie staan juist kenmerken als samen delen en samen-werken, gelijkheid, creativiteit en ruimte centraal.





## 4. Casestudy Den Haag

### 4.1. Inleiding

In dit hoofdstuk zullen de uitkomsten van het onderzoek worden weergegeven. Er is gekozen de resultaten op een kwalitatieve manier te analyseren. Sandra van Thiel omschrijft in haar boek 'Research Methods in Public Administration and Public Management' de kwalitatieve analyse als volgt:

"In a nutshell, the analysis of qualitative data consists of dividing the data units into even smaller units, labelling these units with a code, and comparing the different codes with each other. This process is often one of trial and error."<sup>81</sup>

Van Thiel onderscheidt vier fases in kwalitatief analyse onderzoek. De vier fases zijn *open* en *axial coding*, interpretatie en theorieontwikkeling. *Open coding* begint met het toekennen van codes aan tekstfragmenten. In dit onderzoek zijn tekstfragmenten gekozen uit tien interviews met vertegenwoordigers van diverse religieuze en levensbeschouwelijke organisaties in Den Haag. De keuze van de tekstfragmenten is gedaan door de onderzoeker, op basis van kennis uit de theorie. In de interviewgide in de bijlage 9.1 zijn theoretische begrippen, zoals dynamiek, creativiteit, samenwerken, ruimte en gelijkheid, opgenomen. De tekstfragmenten zijn vervolgens voorzien van een code. Van Thiel legt uit dat een code een korte kenmerkende samenvatting van een tekstfragment is.<sup>82</sup> Het is mogelijk dat sommige tekstfragmenten dezelfde codes hebben, omdat de inhoud over hetzelfde thema, onderwerp of kenmerk gaat. Dit creëert in een later stadium de mogelijkheid om verschillende tekstfragmenten met elkaar te vergelijken. Het toekennen van codes aan tekstfragmenten is *open coding*, de eerste fase van de kwalitatieve analyse. In dit onderzoek is de *open coding* toegepast op een inductieve manier. Dit betekent dat de codes niet vooraf aan de analyse zijn opgesteld, maar pas tijdens de analyse zijn gecreëerd. Dus tekstfragment hebben geleid tot de codes, in plaats van dat de verschillende tekstfragmenten zijn onderverdeeld in vooraf opgestelde codes. *Open coding* heeft geresulteerd in 58 codes. De 58 codes zijn weergegeven in het codeboek in bijlage 9.3.

De tweede stap van kwalitatieve analyse is *axial coding*.<sup>83</sup> In *axial coding* wordt op zoek gegaan naar patronen tussen verschillende codes en in de codes zelf. Op die manier zijn sommige codes geschaard onder overkoepelende categorieën. Openheid en expertise zijn bijvoorbeeld codes die beide zijn geschaard onder de overkoepelende code 'kenmerken van maatschappelijke activatie'. De patronen in de codes zullen per paragraaf worden weergegeven. Interpretatie en theorieontwikkeling zijn de derde en vierde fase in de kwalitatieve analyse.<sup>84</sup> In de derde fase zullen de patronen, afwijkende resultaten en de relatie tot andere theorieën geïnterpreteerd en bediscussieerd worden. Hieruit volgt de vierde fase: het aanvullen of bijstellen van een theorie aan de hand van de resultaten in dit onderzoek. Beide fases zullen in hoofdstuk 5 plaatsvinden. Patronen tussen de verschillende codes hebben geresulteerd in een codeboom. De volledige codeboom staat in bijlage 9.3. In de codeboom zijn patronen tussen codes en overkoepelende codes schematisch weergegeven. De opzet van dit hoofdstuk is gebaseerd op de codeboom. In figuur 1 is de indeling van dit hoofdstuk weergegeven.

---

<sup>81</sup> Thiel, van, Research methods, p.143.

<sup>82</sup> Thiel, van, Research methods, p.143.

<sup>83</sup> Thiel, van, Research methods, p.147.

<sup>84</sup> Thiel, van, Research methods, pp.147-149.

**Kenmerken:**

Gedeelde religieuze intrinsieke motivatie  
Activatie  
Maatschappelijke activatie  
Maatschappelijke innovatie

**Randvoorwaarden:**

Invloed van angst  
Ruimte  
Gelijkheid

Figuur 1: Kenmerken en randvoorwaarden maatschappelijke activatie

De codeboom is ontstaan in de fase *axial coding*. *Axial coding* heeft laten zien dat het eerste patroon bestaat uit één gemeenschappelijk kenmerk voor 34 van de 58 codes. Het verband tussen deze 34 codes is dat de codes stuk voor stuk kenmerkend zijn voor de religieuze en levensbeschouwelijke organisaties van de participanten. Deze 34 codes zijn geschaard onder de overkoepelende code 'kenmerken'. De 30 codes zijn vervolgens op een vergelijkende manier met elkaar geanalyseerd. In de *comparative analysis* zijn kenmerken van niet-actieve en actieve organisaties, en van actieve en maatschappelijk actieve organisaties met elkaar vergeleken.<sup>85</sup> Uit deze analyse blijkt dat elf codes kenmerkend zijn voor activatie en negen codes kenmerkend zijn voor maatschappelijke activatie.

In de casestudy wordt de betekenis van activatie en maatschappelijke activatie als toestand gebruikt, om aan de hand daarvan maatschappelijke activatie als proces te kunnen analyseren in het hoofdstuk over interpretatie en theorievorming. Het verschil tussen de codes die gaan over activatie en maatschappelijke activatie is dat activatie (intern) alleen gaat over dienstbaarheid naar de eigen organisatie en leden. Maatschappelijke activatie houdt in dat een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie zich niet alleen actief inzet voor de eigen leden en organisatie, maar ook voor de overige mensen in de maatschappij (extern). Een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie is bijvoorbeeld actief op het gebied van het organiseren van religieuze en sociale activiteiten in en voor de eigen organisatie en leden. Het houden van een religieuze bijeenkomst is bijvoorbeeld specifiek gericht op de behoefte van de eigen leden. Een maatschappelijk actieve religieuze organisatie organiseert bijvoorbeeld religieuze bijeenkomsten voor de eigen leden, maar zij heeft bijvoorbeeld ook een maatjes-project ter bestrijding van eenzaamheid. Maatschappelijke activatie (extern) komt alleen tot zijn recht wanneer de desbetreffende organisatie ook intern actief is. Activatie is dus een voorwaarde voor een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie om maatschappelijk actief te kunnen zijn. De codes over activatie en maatschappelijke activatie zijn opgedeeld in twee subcategorieën van de overkoepelende categorie 'kenmerken', namelijk kenmerken van activatie en kenmerken van maatschappelijke activatie.

Van de 34 kenmerkende codes van activatie en maatschappelijke activatie bleven er 16 codes over. Intrinsieke motivatie was één van de 16 codes met relatief veel tekstfragmenten. Bovendien is intrinsieke motivatie een begrip uit de literatuur van hoofdstuk 3. Uit de literatuur is gebleken dat intrinsieke motivatie een basis is voor (interne)activatie, maar uit een vergelijking tussen de codes intrinsieke motivatie, activatie en maatschappelijke activatie blijkt dat intrinsieke motivatie ook in verband staat met maatschappelijke activatie. Deze verbanden hebben geleid tot de volgende figuur:

<sup>85</sup> Thiel, van, Research methods, p.149.



*Figuur 2: Verband overkoepelende categorieën*

Op basis van het verband in het figuur is de overkoepelende code 'kenmerken' verder onderverdeeld in de fases: gedeelde religieuze intrinsieke motivatie, activatie en maatschappelijke activatie.

Onder elke fase zijn dus codes geschaard door de onderzoeker. Na het toekennen van codes aan deze drie fases, zijn er 11 codes overgebleven. De tekstfragmenten waarop die 11 codes betrekking hebben waren afkomstig van participanten die samenwerkten met andere religieuze of levensbeschouwelijke vertegenwoordigers om op die manier bij te dragen aan de integratie van nieuwkomers en aan kennis(making) van religie in het onderwijs en de maatschappij. De tekstfragmenten van deze participanten gaan over kenmerken van vooruitstrevende en vernieuwende activiteiten en projecten van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties. De overkoepelende categorie die aan deze codes door de onderzoeker is gegeven is 'maatschappelijke innovatie'. De voorwaarde van maatschappelijke innovatie is dat religieuze en levensbeschouwelijke organisaties maatschappelijk actief zijn, zoals de eerste drie fases omschrijven. Maatschappelijke innovatie is dus de vierde fase in de overkoepelende code 'kenmerken':

1. Gedeelde religieuze intrinsieke motivatie
2. Activatie
3. Maatschappelijke activatie
4. Maatschappelijke innovatie

In paragraaf 4.2 zal voor elke fase de inhoud van de codes worden weergegeven en vergelijkingen in de codes worden gepresenteerd.

Van de 58 codes vallen 34 codes onder de overkoepelende code 'kenmerken'. De overige 24 codes vallen onder de overkoepelende code 'randvoorwaarden'. De 24 codes hebben allemaal betrekking op invloeden van buitenaf en angst. Van de 24 codes hebben er 8 invloed op ongelijkheid tussen religies en ongelijkheid in de maatschappij. Het andere deel (10 codes) heeft invloed op ruimte van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties om bij te dragen in de maatschappij. De code 'angst', en 5 codes die in verband staan met angst, hebben op beide thema's invloed. Deze patronen hebben geleid tot drie overkoepelende codes: invloed van angst, ruimte en gelijkheid. Ruimte en gelijkheid zijn contextuele omstandigheden die invloed hebben op de kenmerken. Een kort voorbeeld: de code openheid is een kenmerk van een maatschappelijk actieve organisatie. Maar de code angst leidt juist tot het naar binnen keren van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties. Angst is dus een omstandigheid die invloed heeft op openheid. De code 'angst' is in meerdere patronen verweven, waardoor de code is geschaard onder een aparte paragraaf. Angst heeft zowel invloed op ruimte als gelijkheid, waardoor een aparte paragraaf nodig is om de codestructuur compleet te maken. De derde paragraaf zal verder ingaan op de codes 'invloed van angst', 'ruimte' en 'gelijkheid'.

## 4.2. Kenmerken

### 4.2.1. Gedeelde religieuze intrinsieke motivatie

Bestaat uit de codes:	Deze codes staan in verband met:
<ul style="list-style-type: none"><li>- Intrinsieke motivatie</li><li>- Religie als verbinding</li><li>- Verdeeldheid</li><li>- Blijven leren</li><li>- Bottom up</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Maatschappelijke rol religies</li><li>- Blijven veranderen</li><li>- Angst</li><li>- Ongelijkheid</li></ul>

Figuur 3: Codes van de categorie 'gedeelde religieuze intrinsieke motivatie'

Het in verband brengen van bovenstaande codes heeft geleid tot de term 'gedeelde religieuze intrinsieke motivatie'. Het is mogelijk dat een code met meerdere andere codes in verband staat. De codes onder het bovenstaande kopje 'in verband met' kunnen daarom meer dan één keer in de komende paragrafen worden weergegeven.

#### Intrinsieke motivatie

Een groot deel van de participanten gaf aan dat zij actief of maatschappelijk actief is omdat de passie in het hart zit. Deze passie is een beweging naar liefde en naar anderen. Iedereen die gepassioneerd is, heeft een passie in zich zitten die er vanzelf uitkomt en naar buiten wil. De passie kan zijn basis hebben in het goddelijke, maar iedereen - religieus, maatschappelijk, goed of slecht – kan gepassioneerd zijn.<sup>86</sup> Passie resulteert in inzet en de wil om dingen te doen. Bij passie ligt de nadruk vooral op het willen doen in plaats van het moeten doen:

"Ik denk dat er gewoon een passie in mij is aangewakkerd, waardoor ik dat gewoon wil doen. Ik denk ook omdat ik de vruchten van deze [organisatie] zie en ik wil daar gewoon aan mee dragen. En het geeft mij ook voldoening om te zien hoe mensen tot bloei komen en zelf ook weer een verschil willen maken in een wereld die eigenlijk zo in brand staat."<sup>87</sup>

Intrinsieke motivatie is de wil om iets te doen in plaats van iets doen omdat het moet. De tekstfragmenten over passie en andere redenen om actief te zijn, zijn om die reden geschaard onder de code 'intrinsieke motivatie'. Uiting geven aan de passie geeft volgens de participanten niet alleen voldoening, maar ook verantwoordelijkheid, kracht en *empowerment*. Het citaat laat ook zien dat een religieuze passie overeenkomt met een maatschappelijke passie. De religieuze passie gaat over de wil om ergens aan bij te dragen: de medemens, verbinding, of de ontwikkeling van de eigen gemeenschap. Alle participanten stelden dat de passie bestaat uit het positief bijdragen aan de maatschappij op verschillende manieren en vlakken.

De intrinsieke motivatie is niet alleen de wil om iets te doen, het bestaat volgens een aantal participanten ook uit de wil om iets te veranderen. De intrinsieke motivatie kan volgens de uitkomsten dus ook ontstaan uit een behoefte. Een van de participanten noemt 'organiseren door mensen voor mensen' een vorm van organiseren die gebruikelijk is voor religieuze en levensbeschouwelijke organisaties. De leden hebben ergens behoefte aan en de leden delen dezelfde motivatie om daar verandering in te brengen, zodat de behoefte vervuld wordt. Het is deze wisselwerking tussen behoefte en

<sup>86</sup> Gepassioneerde voorbeeldfiguren zijn Ghandi, Mandela, Martin Luther en Hitler.

<sup>87</sup> Persoonlijke communicatie (23 februari 2017).

motivatie die volgens een aantal participanten kracht geeft aan activatie, omdat vraag en aanbod van behoefte en verandering zich in één organisatienetwerk bevinden. Bovendien laat 'organiseren door mensen voor mensen' ook zien dat mensen in een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie zich met elkaar verbonden voelen door een religieuze passie. In de organisatie delen mensen hun religieuze passie met elkaar en ontstaat hierdoor een verbinding. De gedeelde intrinsieke motivatie van het individu is de basis voor activatie van meerdere personen om zich te verbinden in een organisatie. Oftewel, een actieve religieuze en levensbeschouwelijke organisatie bestaat uit de verbinding die de achterban met elkaar heeft op basis van hun religieuze intrinsieke motivatie.

### Religie als verbinding

De code 'religie als verbinding' staat haaks op de code 'verdeeldheid'. Het komt in Den Haag voor dat een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie niet alleen met elkaar verbonden is door een gedeelde religieuze passie, maar ook door iets anders:

"Angst is ook de reden waarom mensen misschien zelf aansluiten bij een religie. Uit angst. En dat is gewoon een hele slechte reden. Ik bedoel je kan heel erg denken van goed, waarom geloven we, en heel veel mensen geloven uit angst. Want er zal wel een kern van waarheid in zitten, en dan zit je daar in de [gebedsruimte]. Geestelijk emigreer je, bent je bij je handel, ben je bij je kinderen, ben je bij je tentamens et cetera. Wat doe je daar eigenlijk nog, ben je een toneelstukje aan het spelen?"<sup>88</sup>

Zoals eerder gezegd zit de passie volgens vele participanten in het hart. Als angst de motivatie is om te binden, komt dit niet uit het hart, maar ontstaat verbinding door invloeden van buitenaf. Naast angst is ook ongelijkheid een invloed van buitenaf waardoor mensen zich verbonden met elkaar kunnen voelen. Ongelijkheid motiveert om 'op eigen houtje' te werken.<sup>89</sup> Angst en ongelijkheid zijn geen religieuze of maatschappelijke passie.

### Blijven leren

De vergelijkende analyse tussen de code 'verdeeldheid' en 'religie als verbinding' laat zien dat blijven leren van en verdiepen in de religie en haar geschriften een voorwaarde is om op een gezonde manier de religieuze passie met elkaar te delen. Passie ontstaat niet alleen door verdieping en studie, maar blijft op deze manier ook modern en toepasbaar. Hierdoor blijft de religieuze passie relevant en kan de passie blijven voortbestaan in de veranderende maatschappij. De code 'blijven leren' staat dus in verband met de code 'blijven veranderen'. Uit een vergelijking van tekstfragmenten van de code 'verdeeldheid' is op te maken dat een religieuze organisatie niet actief is omdat de beleving van religie bij mensen te verschillend is: 'men zit nog op het basale, oppervlakkige niveau'.<sup>90</sup> Een kenmerk van gedeelde religieuze intrinsieke motivatie is dat de religie en religieuze geschriften bestudeerd moet blijven worden en hiervan geleerd moet blijven worden. Kenmerkend aan de tekstfragmenten met de code 'blijven leren' is dat het gaat over een gedeelde interne beheersing en beleving. Wanneer het uiterlijk vertoon belangrijker is dan de interne beheersing, komt een gedeelde intrinsieke religieuze motivatie niet van de grond.

---

<sup>88</sup> Persoonlijke communicatie (07 april 2017).

<sup>89</sup> Persoonlijke communicatie (9 maart 2017).

<sup>90</sup> Persoonlijke communicatie (7 april 2017).

## Bottom up

Een motivatie blijkt niet alleen de basis van activatie, de tekstfragmenten in de code 'bottom-up' sluiten aan bij de betekenis van motivatie. In de tekstfragmenten staat namelijk dat bottom-up de basis is van het ontstaan van initiatieven, verbinding en samenwerking. Een gezonde manier van motivatie kan niet 'van boven' opgelegd worden, omdat intrinsieke motivatie uit de mensen zelf moet komen. Een negatieve motivatie (angst en verdeeldheid) is wel mogelijk om van 'bovenaf' te beïnvloeden. Bottom up motivatie en bottom up initiatieven zijn kenmerkend voor een gedeelde intrinsieke religieuze motivatie.

### 4.2.2. Activatie

<b>Bestaat uit de codes:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Participeren</li><li>- Religieuze activiteiten of projecten</li><li>- Bonding</li><li>- Sociaal kapitaal</li><li>- Groeien</li><li>- Blijven veranderen</li><li>- Jongeren</li><li>- Eigen locatie</li><li>- Stichting</li><li>- Onafhankelijkheid</li></ul>	<b>Deze codes staan in verband met:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Blijven leren</li><li>- Religie als verbinding</li><li>- Financiering van projecten</li></ul>
---	---

Figuur 4: Codes van de categorie 'activatie'

Een motivatie – gebaseerd op passie, angst of ongelijkheid – is een kenmerk van een individu om actief te worden. Als een gedeelde intrinsieke motivatie van religieuze mensen wordt verbonden, dan kunnen zij zich organiseren in een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie. De verbinding van mensen op basis van dezelfde religieuze motivatie is een voorwaarde van een actieve religieuze of levensbeschouwelijke organisatie. De kenmerken van een actieve religieuze of levensbeschouwelijke organisatie komen in dit stuk aan bod aan de hand van de gegeven codes in bovenstaand tekstvak.

#### Participeren en religieuze activiteiten of projecten

De code 'participeren' heeft betrekking op het eerste kenmerk van activatie van religieuze en levensbeschouwelijke organisatie. Participeren in een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie betekent dat er wordt deelgenomen aan de activiteiten die worden georganiseerd vanuit de organisatie voor de eigen leden. Dit kunnen religieuze activiteiten zijn, maar ook sociale activiteiten. Participatie is de eerste stap richting een actieve organisatie. Deelnemers zijn namelijk nodig om de activiteiten te laten slagen. Bovendien is participeren een eerste stap voor leden om met de organisatie in aanraking te komen. De code 'participeren' stelt dat deelnemen kan leiden tot het ontstaan van enthousiasme. Enthousiasme draagt bij aan de motivatie om bij te willen dragen aan het organiseren van activiteiten of projecten. Het merendeel van de participanten is op deze manier actief betrokken geraakt bij de eigen religieuze of levensbeschouwelijke organisatie. De meeste participanten zijn in aanraking gekomen met een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie door hun opvoeding.

Deelnemen aan een activiteit kan op een passieve manier, maar dit kan ook aan de hand van het inzetten van de eigen talenten in de organisatie. Door een van de participanten is dit ook wel omschreven als ‘actieve betrokkenheid’. Onderstaand voorbeeld beschrijft wat de participant hiermee bedoelt:

“En laatste zondag zei ik in de dienst. We zijn een [organisatie] als een *cabin crew* die op reis is in een vliegtuig. Je hebt de passagiers die zitten en niks doen. Je hebt de *cabin crew* die alles dient. We zijn een [organisatie] die reist, elke passagier is een *cabin crew*. Actief, in plaats van passief zitten dat je alles krijgt, maar je mag ook meedoen.”<sup>91</sup>

In de tekstfragmenten met de code ‘participeren’ is te lezen dat volgens de participanten actieve betrokkenheid leidt tot samenwerking. Het samen werken aan eenzelfde doel, het proces van vooruitgang, moet aanwezig zijn om volledig actief te zijn als organisatie. Dit betekent dat ideeën en initiatieven gestimuleerd worden in een actieve organisatie. Een van de participanten stelde dat samenwerking belangrijk is om de eigen groep vooruit te helpen:

“Ik denk dat ze eerst hun eigen groep op orde moeten brengen [voordat hulp aangeboden kan worden aan andere mensen dan de eigen achterban], want daar zitten ook kinken in de kabels. Die echt leren van oké, daar staat de [organisatie] voor, dit wordt er van jullie [ouders] verwacht, dit wordt er van de kinderen verwacht. Dat ze dan gewoon samenwerken. Want nu werken ouders bijvoorbeeld heel erg tegen wanneer je ze aanspreekt op het gedrag van hun kind. Daar moet verandering in komen. Er moet meer saamhorigheid zijn om bijvoorbeeld kinderen te helpen om op een hoger niveau te komen. Het is zonde, ze kunnen veel meer bereiken dan ze gewend zijn. Ik vind het jammer dat dat nu nog niet gebeurt.”<sup>92</sup>

Samenwerken leidt tot saamhorigheid, wat de achterban naar een hoger niveau kan brengen. Het citaat laat tevens zien dat de stap om dienstbaar te zijn in de maatschappij niet mogelijk is als de eigen organisatie niet volledig actief is. Een kenmerk van een actieve religieuze of levensbeschouwelijke organisatie is dat in de organisatie samengewerkt wordt.

### Bonding en sociaal kapitaal

Voor veel leden levert het actief bijdragen aan een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie veel op. In de code ‘participeren’ komen onder andere discipline, teamwork, nederigheid en goed omgaan met de medemens aan bod. Voor jongeren kan het ook bijdragen aan het ontdekken en ontwikkelen van talenten. Voor ouderen brengt dit bijvoorbeeld een sociaal netwerk ter voorkoming van eenzaamheid. Het actief inzetten kan voor sommige leden in de organisatie veel tijd en energie kosten. Maar in ruil voor de inzet van hun talenten ontvangen deze leden erkenning, voldoening, positiviteit en vertrouwen.

De codes ‘bonding’ en ‘sociaal kapitaal’ geven nog meer informatie. Een van de participanten stelt dat een actieve religieuze of levensbeschouwelijke organisatie meer is dan alleen het belijden van religie, het is een manier van leven. Een andere participant gebruikte een veelzeggend metafoor: ‘Een religieuze organisatie is als een familie’.<sup>93</sup> Met deze uitspraken wordt verwezen naar het sociale netwerk als onderdeel van een actieve religieuze en levensbeschouwelijke organisatie. Dit sociale netwerk ontstaat door de verbinding van mensen onderling en geeft mensen sociale contacten. Als deze mensen participeren en actief betrokken zijn met elkaar dan creëert dat saamhorigheid. Verbonden voelen

---

<sup>91</sup> Persoonlijke communicatie (9 maart 2017).

<sup>92</sup> Persoonlijke communicatie (9 mei 2017).

<sup>93</sup> Persoonlijke communicatie (23 februari 2017).

met een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie en het bijbehorende sociale netwerk leidt tot een gevoel van veiligheid, vertrouwen, wederkerigheid, geborgenheid en een thuis. Maar het versterkt ook de eigen dienstbaarheid, identiteit en normen en waarden. Een participant legt normen en waarden uit als kader tussen goed en slecht:

“Wat doe je wel, wat doe je niet. Dat kan ik mij ook voorstellen dat als je in zee gaat met religies dat je ook een kader maakt. Dit doe je wel, dit doe je niet.”<sup>94</sup>

Bovendien is volgens een van de participanten ‘ergens bij horen’ een principe waarop de samenleving rust en is een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie een goede basis om deel te nemen aan de samenleving.

### Groeien, blijven veranderen en jongeren

Wanneer mensen in een organisatie een minder sterke band met elkaar hebben, wijden de participanten dat aan de toenemende geïndividualiseerde samenleving. Maar uit de uitkomsten van de codes ‘groeien’ en ‘blijven veranderen’ blijkt, in vergelijking met niet-actieve of niet-groeiende organisaties, dat er ook een ander aspect is waaraan dit zou kunnen liggen. Om als actieve religieuze of levensbeschouwelijke organisatie te groeien moeten zij het vermogen hebben te kunnen veranderen met de dynamiek van de samenleving. Het voortbestaan van een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie is afhankelijk van het aanpassingsvermogen aan de omstandigheden. Deze omstandigheden gaan niet alleen over geld:

“Ik heb zoiets van, ik ben niet afhankelijk van omstandigheden. Tenminste, ik kan makkelijk praten, maar ik denk als de middelen er niet meer zouden zijn. We bestaan volledig uit donaties, dan passen we onze activiteiten en pand aan. Het wordt allemaal bijeengebracht door vrijwillige donaties. Dat is wel heel bijzonder. Mocht dat niet meer mogelijk zijn dan passen we het aan wat dan wel mogelijk is.”<sup>95</sup>

### Maar ook over tradities van een organisatie:

“Sommige traditionele dingen kunnen een beetje aangepast worden. Een traditie is gewoon steeds hetzelfde gedaan en op een gegeven moment wil niemand het meer aanpassen. En dat wordt het een statisch iets, het slaat nergens op. Stel je voor dat op dit moment, rijden we in een Mercedes van 1960, als ik auto’s in Cuba zie. Ik weet niet of je het een beetje hebt gezien, communistisch, dan heb je die oude auto’s uit de jaren 60. Ze zijn daar blijven hangen. Nou als je zo’n auto voor mij zet, ik weet dat het een oude auto is, maar geef mij maar de nieuwe Mercedes. Of geef mij nieuwe Amerikaanse auto. Ik wil een airco kunnen hebben, ik wil een mooi muziekje in mijn auto, ik wil airbags voor veiligheid. Noem maar op.”<sup>96</sup>

### En over de behoefte van de achterban en samenleving:

“Het is ooit heel klein begonnen puur als gebedshuis. Maar zoals Den Haag verder ontwikkeld is in de loop der jaren, zijn dat soort wensen ook veranderd en veranderd een [organisatie]. Van een rol van een gebedshuis in een meer sociaal instituut om het maar zo te zeggen.”<sup>97</sup>

---

<sup>94</sup> Persoonlijke communicatie (16 mei 2017).

<sup>95</sup> Persoonlijke communicatie (16 mei 2017).

<sup>96</sup> Persoonlijke communicatie (9 maart 2017).

<sup>97</sup> Persoonlijke communicatie (7 maart 2017).

Het veranderingsvermogen van een organisatie staat in grote mate in verband met de code 'blijven leren', die in de fase gedeelde religieuze intrinsieke motivatie aan bod is gekomen. Blijven veranderen is alleen mogelijk wanneer er geleerd en verdiept blijft worden in de religie of levensbeschouwing. Wanneer een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie niet mee verandert aan de maatschappelijke omstandigheden, zal de organisatie niet groeien en komt het voortbestaan van de organisatie op den duur in gevaar. De code 'jongeren' staat ook in verband met de code 'groei' en 'blijven veranderen'. Wanneer een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie groeit en mee verandert met de tijd trekt dit jongeren aan. Een kenmerk van een actieve religieuze of levensbeschouwelijke organisaties is dat zij veel aandacht hebben voor (het aantrekken van) jongeren.

### Eigen locatie en stichting

Een ander kenmerk van activatie is het beschikbaar hebben van een eigen locatie voor religieuze en sociale activiteiten voor de eigen achterban. Het ontstaan van de code 'locatie' laat zien dat een eigen locatie essentieel is om religieuze en sociale activiteiten voor de eigen leden te organiseren. Een eigen locatie zorgt voor centraliteit en is een ontmoetingsplek. Het hebben van een eigen locatie staat in verband met code 'religie als verbinding', omdat een eigen locatie de verbondenheid in de organisatie stimuleert. Het gevolg van het hebben van een locatie in eigen beheer en een eigen organisatie is dat de organisatie een stichting of vereniging wordt. De code 'stichting' sluit aan bij de code 'eigen locatie'.

### Onafhankelijkheid

Een ander kenmerk van een actieve religieuze of levensbeschouwelijke organisatie is de financiële en organisatorische onafhankelijkheid van de organisaties. In de code 'onafhankelijk' staat in een aantal tekstfragmenten dat de meeste organisaties financieel niet afhankelijk zijn van andere organisaties of geldbronnen, zoals subsidie of fondsen. Als geld uit de eigen organisatie afkomstig is, kan zelf bepaald worden wat er mee gedaan wordt. Dit versterkt niet alleen de onderlinge verbinding, maar creëert ook een onafhankelijke positie in de maatschappij. Onafhankelijkheid staat in verband met de code 'financiering van projecten'. Vanuit de geloofsovertuiging van een aantal religieuze en levensbeschouwelijke organisaties mag geld alleen vanuit de eigen organisatie worden opgebracht, en niet door andere vormen van financiering.

#### 4.2.3. Maatschappelijke activatie

<p><b>Bestaat uit de codes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Openheid</li> <li>- Praat met elkaar</li> <li>- Ontmoetingsbijeenkomsten</li> <li>- Expertise</li> <li>- Maatschappelijke rol religies</li> <li>- Maatschappelijke activiteiten of projecten</li> <li>- Lokaal niveau</li> </ul>	<p><b>Deze codes staan in verband met:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mee veranderen</li> <li>- Interreligieuze, maatschappelijke en bestuurlijke samenwerking</li> <li>- Bonding</li> </ul>
---	--

*Figuur 5: Codes van de categorie 'maatschappelijke activatie'*

Maatschappelijke activatie kan pas tot stand komen wanneer een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie actief is, zoals in de fase activatie is omschreven. De basis van de transformatie van activatie naar maatschappelijke activatie, is dat activatie gebaseerd moet zijn op een gedeelde religieuze

intrinsieke motivatie. Onderstaand citaat verduidelijkt nog maar eens dat (interne) activatie een voorwaarde is van maatschappelijke activatie:

“Delen van de [religieuze of levensbeschouwelijke] gemeenschap zitten echt op het in stand houden van de gemeenschap, de gebedshuizen en het samenkomen. Zelfs de oorspronkelijke taal aan de kinderen doorgeven, dat vereist ook heel veel energie. Maar echt verdere activiteiten, op innovatieve wijzen, zijn lastig. Kijk dan wordt er bijvoorbeeld, Baldewsingh [de wethouder] die had het erover, waarom organiseren jullie dan niet gewoon een maaltijden dag, een keuken-dag, in het Atrium in het stadhuis? Ja goed, dat zijn wel leuke ideeën, maar daar denken mensen wel twee keer over na. Is dat wel handig, is dat niet handig?”<sup>98</sup>

Het gebrek aan activiteit in de maatschappij kan als oorzaak hebben dat de verbinding tussen mensen in de organisatie niet gebaseerd is op een gedeelde religieuze motivatie. De participant van bovenstaand citaat heeft bevestigd dat de verbinding in de desbetreffende organisatie met name op basis was van de etnische achtergrond en status, en minder op basis van de religie.

### Openheid, praat met elkaar en ontmoetingsbijeenkomsten

Een eerste code die gekoppeld kan worden aan maatschappelijke activatie is ‘openheid’. Volgens alle participanten is het belangrijk dat een organisatie naar buiten is gericht. Het is een voorwaarde om maatschappelijk actief te kunnen zijn in de maatschappij. Wanneer een organisatie in de maatschappij activiteiten aanbiedt, betekent dit dat de organisatie open staat voor de maatschappij. Alle participanten stellen dat openheid leidt tot ontmoeting en samenwerking met andere religieuze, levensbeschouwelijke, maatschappelijke of bestuurlijke organisaties. Wanneer de participanten in contact staan met andere religieuze of maatschappelijke organisaties ontstaat vertrouwen onderling. De tekstfragmenten van de code ‘praat met elkaar’ gaan grotendeels over het ontstaan van vertrouwen als de participanten met anderen praten en gedachten delen. De code ‘ontmoetingsbijeenkomst’ sluit aan bij de code ‘praat met elkaar’. Vanuit de gemeente Den Haag worden ontmoetingsbijeenkomsten voor religieuze en levensbeschouwelijke organisaties georganiseerd met als doel het praten en delen met elkaar te stimuleren. Door praten en delen worden gemeenschappelijke kenmerken ontdekt en ontstaat verbinding op basis van die gemeenschappelijke kenmerken. Bovendien is het mogelijk van elkaar te leren wanneer met elkaar gepraat en gedeeld wordt. Leren van elkaar betekent dat het nuttig is om elkaars gedachten en ideeën over bepaalde onderwerpen te weten te komen.

### Expertise

In een vergelijking tussen de tekstfragmenten van de code ‘expertise’ is een tweedeling geanalyseerd: enerzijds de expertises van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties onderling, anderzijds de expertise van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties in verhouding tot overheid en maatschappelijke organisaties. De expertise van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties onderling is deels afhankelijk van de achterban van deze organisaties. Door verschillende achterbannen zijn er verschillende behoeftes en wensen waarin de organisaties zich specialiseren. Zo is de ene organisatie gespecialiseerd in het geven van taallessen en ouderenzorg, en is een andere organisatie gespecialiseerd in de ontwikkeling van jongeren. De expertises van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties in verhouding tot de overheid en maatschappelijke organisaties speelt zich vooral af in het sociale welzijn van de mens. In elke religie of levensbeschouwing zit het basisprincipe van het liefhebben en helpen

---

<sup>98</sup> Persoonlijke communicatie (7 april 2017).

van de medemens. Vanuit dat principe is de expertise van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties volgens de code gebaseerd op vertrouwen, trouw zijn, steun, tijd, aandacht, beantwoorden van levensvragen, laagdrempeligheid, het geven van een goed gevoel, interesse en het geven van hulp en kracht. De expertise laat zien dat de religieuze en levensbeschouwelijke organisaties gespecialiseerd zijn in het geven van sociale aandacht en het sociale welzijn van de medemens in de maatschappij.

### Maatschappelijke rol religies, maatschappelijke activiteiten en projecten, en lokaal niveau

Het inzien van deze meerwaarde van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties staat in verband met de code over samenwerking met religieuze, bestuurlijke of maatschappelijke organisaties. Als organisaties niet de kracht en potentie van elkaar inzien, dan ontstaat er geen samenwerking, omdat het nut van samenwerking niet wordt ingezien. Bovendien blijkt uit de code 'maatschappelijke rol religies' dat de meerwaarde van religieuze en levensbeschouwelijke nog groter is, zonder dat alle participanten zich hiervan bewust zijn. Die uitkomsten laten namelijk zien dat de religieuze en levensbeschouwelijke organisaties midden in de maatschappij staan, waardoor zij direct zien welke behoefte er in de maatschappij is. Vanuit deze positie merken zij als eerste op welke maatschappelijke problemen er spelen onder de bevolking. Als een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie actief is, constateren zij die behoefte en organiseren zij activiteiten en projecten om bij te dragen aan de maatschappelijke behoefte. De code 'maatschappelijke activiteiten en projecten' bevat een tekstfragment dat gaat over de korte duur van maatschappelijke projecten. Maatschappelijke projecten zijn van korte duur, omdat de behoefte van de maatschappij constant verandert. De code 'lokaal' niveau sluit aan bij deze code, omdat activiteiten en projecten op lokaal niveau dicht bij de behoeftes en wensen van de maatschappij zitten. Maatschappelijke activiteiten of projecten hebben dus het vermogen om te schakelen tussen veranderende behoeftes en wensen in de maatschappij. Onderstaand citaat laat het verband zien tussen de religieuze en levensbeschouwelijke organisaties en behoefte in de maatschappij:

"De [stichting] is toen ontstaan, omdat er wel een wens zichtbaar was van vrouwen die iets willen: Nederlandse lessen leren, iets ondernemen of een cursus. Alleen de stap om dat gelijk ergens op een Mondriaan, of op een school, of omdat gelijk ook echt daar te doen waar het wordt aangeboden, die stap was nog te groot. Toen heeft de [organisatie] in die tijd wel echt de rol gespeeld van het 'inhuren' of het vragen van professionals die het in de panden zelf kwamen geven: Nederlandse lessen, taalcursussen, huiswerkbegeleiding voor kinderen, praatgroepen. Ook praten over je problemen is ook zo'n taboe binnen die gemeenschap. Mensen zullen misschien met hun burens of iemand die ze heel goed kennen, maar echt naar buiten komen met 'dit speelt er met mij', zoals opvoedingsproblemen, dat werd dan niet echt bij de huisarts bij wijze van spreken."<sup>99</sup>

Een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie heeft niet alleen zicht op wat de behoefte en uitdagingen in de maatschappij zijn. Ze zijn ook een laagdrempelige schakel om bijvoorbeeld taallessen aan te bieden, omdat de organisatie rust op een sociaal netwerk wat draait op vertrouwen. De expertise van een religieuze en levensbeschouwelijke organisatie is onder andere vertrouwen en trouw zijn. De expertise vertrouwen en trouw zijn leiden tot laagdrempeligheid van een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie.

---

<sup>99</sup> Persoonlijke communicatie (7 maart 2017).

#### 4.2.4. Maatschappelijke innovatie

<b>Bestaat uit de codes:</b>	<b>Deze codes staan in verband met:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Interreligieuze samenwerking</li><li>- interreligieuze, -maatschappelijke en/of bestuurlijke samenwerking</li><li>- Creativiteit</li><li>- Ideeën</li><li>- Draagvlak</li><li>- Voorbeeldfunctie</li><li>- Buiten de hokjes denken</li><li>- Eenheidsdenken</li><li>- Bruggenbouwen</li><li>- Projecten met nieuwkomers</li><li>- Integratie</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Sociaal kapitaal</li><li>- Religie als verbinding</li><li>- Verdeeldheid</li><li>- Bonding</li><li>- Bottom up</li><li>- Expertise</li></ul>

Figuur 6: Codes van de categorie 'maatschappelijke innovatie'

Uit de uitkomsten van bovenstaande codering is gebleken dat maatschappelijke activatie kan leiden tot innovatieve ideeën, activiteiten of projecten die bijdragen aan de integratie van nieuwkomers. Maatschappelijke activatie kan leiden tot dienstbaarheid voor nieuwkomers, omdat nieuwkomers onderdeel zijn van de maatschappij. Maar door de participanten zijn ook projecten en activiteiten opgezet speciaal ten behoeve van nieuwkomers georganiseerd.

#### **Interreligieuze samenwerking, interreligieuze, bestuurlijke en maatschappelijke samenwerking, ideeën en creativiteit**

Innovatieve activiteiten en projecten ten opzichte van de integratie van nieuwkomers ontstaan wanneer verschillende maatschappelijk actieve religieuze of levensbeschouwelijke organisaties de handen ineenslaan om zich hiervoor in te zetten. Vanuit verbinding op basis van gemeenschappelijke kenmerken is samenwerking mogelijk. In samenwerking is er begrip, respect en ondersteuning onderling. Samenwerking draagt bij aan onderling vertrouwen, contact, verkrijgen van kennis over elkaar, en de inzet van verschillende expertises. Vier van de tien participanten hebben innovatieve ideeën met betrekking tot de integratie van nieuwkomers of maken deel uit van innovatieve projecten en activiteiten met als doel de integratie van nieuwkomers. In interreligieuze samenwerking bestaat een hoge mate van creativiteit en draagvlak. De code 'creativiteit' is een gevolg van de code 'interreligieuze samenwerking'. Creativiteit betekent volgens de participanten vernieuwen; dingen die al jaren op dezelfde manier gaan anders doen; en laten zien dat het ook anders kan. Een creatief en innovatief project is volgens een van de participanten net als een experiment:

"Kijk die pilots die wij met die asielzoekers gaan doen, daar heb ik gister ook weer van gezegd: het is een experiment, of het slaagt weten we niet. Maar we durven het met elkaar te gaan doen en we zien wel waar we met elkaar uitkomen. En dat is iets wat sommige mensen heel eng vinden. En ik heb dan zo iets van ja, geloof dat Lubbers, oud-premier, hij had de kreet 'werkende weg'. Op de weg werkende zie je waar je uitkomt. Dus je weet de richting wel, maar je weet de weg niet, daar ongeveer wil ik uitkomen. Ik vind de weg wel, ook al is die niet met richtingaanwijzers en parolen uitgemeten."<sup>100</sup>

<sup>100</sup> Persoonlijke communicatie (15 februari 2017).

Zoals in het citaat al staat vermeld vinden sommige mensen onzekerheid eng. Vertrouwen in het proces lijkt vanuit dit opzicht een essentiële rol te spelen. De tekstfragmenten met de code 'interreligieuze samenwerking' laten zien dat een interreligieuze samenwerking een ideaal uitgangspunt is voor het ontstaan van verschillende inzichten. De insteek van een interreligieuze samenwerking is volgens een van de participanten dat iedereen verschillend is, maar er van elkaar veel geleerd kan worden. Het wordt niet onder stoelen of banken gestoken dat iemand meedoet vanuit een bepaalde geloofsovertuiging. Samenwerking leidt tot verschillende inzichten, en verschillende inzichten zijn nodig voor creativiteit. De code 'ideeën' staat ook in verband met de code 'creativiteit'. De code 'ideeën' en 'creativiteit' staan in verband met de code 'sociaal kapitaal'. Dit verband geeft aan dat de basis van creativiteit bestaat uit de eigen ideeën gebaseerd op eigen inzichten. Deze inzichten ontstaan door de invloed van religie of levensbeschouwing, talent of beroep en netwerk (het sociaal kapitaal).

### Interreligieus netwerk, voorbeeldfunctie en draagvlak

De codes 'interreligieuze samenwerking' en 'interreligieus netwerk' lijken in eerste instantie op elkaar. Een interreligieus netwerk ontstaat wanneer religieuze en levensbeschouwelijke organisaties met elkaar in verbinding komen. Een netwerk, bestaande uit contacten en ontmoetingen, kan leiden tot een eventuele samenwerking. Een netwerk vergemakkelijkt het opstarten van een samenwerking, omdat er vertrouwen heerst in een netwerk. Een van de tekstfragmenten uit de code 'interreligieus netwerk' gaat over een begin van een Haags interreligieus netwerk, maar het netwerk staat nog wel in de kinderschoenen. Een interreligieus netwerk of eventuele samenwerking zorgt voor erkenning, een voorbeeldfunctie en draagvlak in de samenleving. De code 'voorbeeldfunctie' gaat over religieuze personen en organisaties die een voorbeeldfunctie hebben. Maar de code gaat ook over interreligieuze samenwerking als voorbeeldfunctie in de maatschappij.

Alle vier de vertegenwoordigers die zich op innovatieve wijze inzetten krijgen vanuit hun religieuze of levensbeschouwelijke begrip en draagvlak hiervoor. Begrip en draagvlak uit zich volgens hen in vertrouwen. Draagvlak kan bestaan in de eigen gemeenschap, maar draagvlak ontstaat ook door interreligieuze samenwerking. Draagvlak betekent aanwezig zijn en de eigen achterban mobiliseren. Draagvlak vergroot de verbinding tussen verschillende organisaties en hun achterban, wat leidt tot meer vertrouwen tussen elkaar. Draagvlak, begrip en vertrouwen staan in verband met creativiteit. Een creatief idee houdt volgens een van de participanten in:

"Bij een goed idee heeft het iedereen instemming, een goed idee gaat makkelijk, je komt geen hindernissen tegen, heel makkelijk zeg maar van idee naar uitvoering. Het heeft gewoon iedereen instemming, iedereen wordt er blij van. Synchroniciteit, hoe je het ook wilt noemen, flow..."<sup>101</sup>

Creatieve ideeën zijn verder simpele oplossingen voor lastige problemen en niet te groot denken. Creativiteit is volgens de participant van bovenstaand citaat ook maatwerk: wat is relevant en wat is nodig in de maatschappij?

### Buiten de hokjes denken en eenheidsdenken

Een kenmerk van maatschappelijke innovatie, naast interreligieuze samenwerking en creativiteit, is buiten de hokjes denken. De tekstfragmenten van deze code gaan over de participanten die vanuit de eigen organisatie innovatief bezig zijn. Deze participanten denken nadrukkelijk in termen van verbinding.

---

<sup>101</sup> Persoonlijke communicatie (16 mei 2017).

ding. Het denken in termen van verbinding tussen verschillende religies leidt tot eenheid en verbinding. Het denken in termen van verschillen leidt juist tot verdeeldheid. De code 'eenheidsdenken' staat dus in verband met de codes 'verdeeldheid' en 'religie als verbinding' uit de eerste fase. Het verschil tussen de twee laatstgenoemde codes is dat 'eenheidsdenken' gaat over het denken in verbinding tussen alle religies en levensbeschouwingen. 'Religie als verbinding' gaat specifiek in op de verbinding van religie in een religieuze organisatie.

Verbinding van religie of levensbeschouwing speelt zich dus af op verschillende niveaus. Bij maatschappelijke innovatie gaat het om de hoogste vorm van verbinding: verbinding tussen alle mensen en religies. Tekstfragmenten uit de code 'eenheidsdenken' leggen uit dat denken in eenheid leidt tot samenwerking. Inclusiviteit, zoals een participant dit noemde, is een ander woord voor het denken en handelen in eenheid. Om de maatschappij vooruit te helpen moet er volgens de participanten buiten de hokjes worden gekeken en de focus worden gelegd op wat echt het probleem is. Wanneer het gaat om een maatschappelijk probleem, draait het om het aanbieden van hulp. Het maakt niet uit vanuit welke motivatie, religieus of niet, deze hulp geboden wordt. Maatschappelijke innovatie kan zich niet laten beperken door grenzen en het denken in hokjes:

"Verschillende organisaties zitten op hetzelfde onderwerp en werken in dezelfde wijk Terwijl, als ik het als [religieus persoon] zou moeten organiseren, wij zouden dat anders doen. Wij zouden gewoon mensen uitnodigen. En dan, wat zijn hier de feiten? *Reading reality*: wat zijn de dingen die nodig zijn als je dit ziet, en hoe gaan we dat organiseren? Dan ga je niet meer vanuit hokjes organiseren, maar wat zijn de echte dingen die nodig zijn."<sup>102</sup>

### Bruggenbouwen

De code 'bruggenbouwers' gaat over mensen die verbinden. Verbinden en het bijdragen aan maatschappelijke innovatie is niet voor alle mensen in een organisatie weggelegd. Er moet volgens de innovatieve participanten ook geïnvesteerd blijven worden in de interne verbinding van een organisatie. Maatschappelijke innovatie gebeurt om die reden door een aantal vertegenwoordigers van religieuze of levensbeschouwelijke organisaties. Deze vertegenwoordigers noemt een van de participanten 'bruggenbouwers'. In onderstaand citaat legt de participant de verhouding tussen de eigen organisatie, de maatschappij en de rol van bruggenbouwers uit:

"Maar ook daar [de bruggenbouwers] heb ik een plaatje bij bedacht. Kijk, de burcht versterken, dat zijn degene die op zaterdag psalmen komen zingen, waar ik dus geen tijd voor heb. Dat is dus de burcht versterken. Want psalmen moeten wel gezongen worden zodat de gemeenschap bij elkaar blijft. Dat is heel belangrijk, met name voor ouderen. Een veilige plek, allemaal prima, er zijn mensen die doen alleen dat. Maar het is niet mijn prioriteit, accepteer dat nou. Dan is er de groep die zegt de burcht is niet sterk, we moeten allemaal grachten graven rond die burcht, want dan is die burcht veiliger. Dat noem ik populisme, dat grachten graven. Mijn vraag is dan, oké we hebben hier een burcht en daar en daar en daar. En daar in het midden is het gemeenschappelijke wij. Daar lopen kippen, daar lopen koeien, daar moet graan gezaaid worden. Wie doet dat? Als iedereen bezig is een gracht te graven, wie zorgt er dan voor de koeien, wie melkt ze? Als er geen mensen zijn die dat doen dan gaan we allemaal dood van de honger, dan hebben we geen voedsel meer. Je hebt mensen nodig, elkaar nodig. Dat beeld van bruggen bouwen is dus bruggen tussen die verschillende burchten. En je hebt mensen nodig die dat doen, en gelukkig zijn er steeds meer mensen die dat herkennen en erkennen."<sup>103</sup>

---

<sup>102</sup> Persoonlijke communicatie (16 februari 2017).

<sup>103</sup> Persoonlijke communicatie (15 februari 2017).

Bruggenbouwers leggen verbinding tussen religieuze, levensbeschouwelijke, maatschappelijke en bestuurlijke organisaties. Bruggenbouwers werken alleen maar vanuit het ‘bottom-up’-principe. Projecten van bruggenbouwers groeien van onderuit en kunnen niet van bovenaf opgelegd worden. Bruggenbouwers zijn onderdeel van een ‘burcht’, en hun kracht is gebaseerd om vanuit hun intrinsieke motivatie verbinding te leggen. Ook de implementatie van een innovatief project is volgens een van de participanten niet mogelijk door een gemeente of overheidsinstelling. Verspreiding van innovatieve projecten gaat via de (religieuze) netwerken.

### Projecten voor nieuwkomers en integratie

Bruggenbouwers zetten zich onder andere in voor de integratie van nieuwkomers. De code ‘expertise’ staat in verband met de code ‘projecten voor nieuwkomers’ en de code ‘integratie’. De sociale expertise is onderdeel van projecten voor nieuwkomers, omdat sociale expertise bijdraagt aan onder andere waardigheid:

“Vanuit de [religieuze of levensbeschouwelijke organisatie] zijn laagdrempelige activiteiten met vluchtelingen voor dagbesteding om de waardigheid van de mensen ook terug te brengen, want dat werkt het beste voor hen.”<sup>104</sup>

En gelijkwaardigheid:

Dat je als een hulpverlener [hulp aanbiedt], daar heb ik ook een beetje een hekel aan. ‘Ja wij weten het hoe jij je voelt, wij gaan jou helpen’, weet je. Dat is het ook niet. Misschien ga ik wel meer leren van hen als hij van mij. Er moet geen superioriteit zijn. Zo van, ‘je moet wel veranderen hoor, want zoals je nu bent, dan ben je nog niet goed en pas je nog niet’.”<sup>105</sup>

De sociale expertise van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties zorgt dat zij nieuwkomers zien als mensen met waarde, gevoelens en sociale behoeftes. Het ontdoen van een superioriteitsgevoel is nodig om nieuwkomers te zien als gelijken. Tekstfragmenten met de code ‘projecten met nieuwkomers’ gaan met name over de uitdaging om nieuwkomers te zien als gelijken, en dat dit een essentieel onderdeel is om geslaagde activiteiten en projecten voor nieuwkomers te organiseren. Een aantal participanten zijn daarom bewust bezig met het oefenen om iedereen te beschouwen als gelijken, en sommigen doen het al. Veel bruggenbouwers maken gebruik van een overstijgende verbinding tussen mensen om het bewustzijn te trainen om zodoende te denken in eenheid en gelijkheid. In het volgende citaat beschrijft een participant hoe het mogelijk is om te denken in eenheid:

“En die principes leren toepassen, gewoon zo’n principe van eenheid. Ik zie niet het verschil, ik zie het echt niet, tussen of je zo opgevoed bent, of zo of zo. Want wij zijn allemaal één. Ik ga uit van wij, en ik ga niet uit van wij en zij. Dat heb ik gewoon niet. Er is geen onderscheid tussen jou en mij. Of je nou wel in die traditie of die traditie, het maakt niets uit. Als dat je uitgangspunt is, is je handelen vervolgens heel anders. Eigenlijk zou je gewoon iedereen die je tegenkomt, zou je kunnen zien als je zus, je broer, je vader je moeder, dat is gewoon familie. Dat is een heel ander uitgangspunt, snap je?”<sup>106</sup>

Het inzicht dat religie een grote rol kan spelen in het leven van een nieuwkomers, is iets wat veel participanten van de religieuze en levensbeschouwelijke organisaties bezitten. Voor veel nieuwkomers speelt religie een grotere rol dan we in Nederland gewend zijn. Een van de participanten stelt dat het

---

<sup>104</sup> Persoonlijke communicatie (24 februari 2017).

<sup>105</sup> Persoonlijke communicatie (15 mei 2017).

<sup>106</sup> Persoonlijke communicatie (16 februari 2017).

ontkennen van de rol van religie de grootste fout is van het integratiebeleid van Nederland. Hoe we in Nederland omgaan met religie is een van de belangrijkste aspecten waarvan nieuwkomers kennis moeten hebben als zij willen integreren. Als nieuwkomers in aanraking komen met interreligieuze samenwerking, dan geeft dit volgens de participant een positief voorbeeld van hoe idealiter met elkaar omgaan wordt op het gebied van religie in Nederland.

De codes 'projecten met nieuwkomers' en 'integratie' geven nog meer inzichten en informatie over hoe en waarover activiteiten en projecten voor nieuwkomers georganiseerd kunnen worden volgens de participanten. Een eerste inzicht is dat nieuwkomers met een niet-christelijke religieuze achtergrond van een religieuze meerderheid naar een religieuze minderheid veranderen wanneer zij in Nederland terecht komen. Dit inzicht is van belang bij activiteiten of projecten voor de integratie van nieuwkomers omdat het voor de nieuwkomers een grote verandering is. Een tweede inzicht is dat in Asielzoekerscentra geen vrijheid van religie is:

"We hebben ruim een jaar met het Centraal Orgaan Asielzoekers in de clinch gelegen want die waren 'neutraal', religie neutraal. 'Religie komt bij ons niet binnen.' Oh zeiden wij, wat betekent dat? 'Ja als mensen naar de moskee willen dan zullen wij vertellen waar de moskee is maar verder zoeken ze het zelf uit.' Oke, uh, mag die moskee daar dan wel een telefoonnummer ophangen? Nou dat mocht ongeveer nog net. Wij hebben gezegd, hoor eens, artikel 1 van de grondwet is wat we gezamenlijk hebben. Daar staat uitdrukkelijk állen die zich in Nederland bevinden. Iedereen die de grens over is. Ook degene die nog geen status hebben. Ook degene die geen status hebben worden gelijk behandeld worden. Dus ook voor die mensen bestaat vrijheid van godsdienst."<sup>107</sup>

Religieus neutrale organisatie betekent in dit geval dus niet dat een instelling de vrijheid van religie garandeert. Een derde inzicht is dat homoseksualiteit een beladen begrip is voor veel nieuwkomers. De normen en waarden met betrekking tot homoseksualiteit verschillen over het algemeen in grote mate met het land van herkomst van een nieuwkomer. Op het gebied van integratie van nieuwkomers is dit een onderwerp waar dialoog over kan ontstaan. Het vierde inzicht is dat integratie niet alleen maar gaat over het vertellen en leren van regels, maar ook vanuit welke gedachte deze regels zijn opgesteld. Wanneer uitleg en achtergrond wordt gegeven aan regels, ontstaat meer begrip en draagvlak voor bepaalde regels. Tot slot, een aantal participanten benadrukken dat door een onderwerp als nieuwkomers of vluchtelingen verbinding tussen religies tot stand komt, omdat religieuze organisaties bezig zijn met de mens en onze verantwoordelijkheid als medemens. Bij dit onderwerp stappen religieuze en levensbeschouwelijke organisaties van hun eilandje af en voelen zij allemaal een intrinsieke motivatie om zich in te zetten voor de medemens. Gedeelde waarden in religie zoals trouw zijn, vertrouwen en geduld, zijn belangrijk wanneer met nieuwkomers samengewerkt wordt, maar ook iemand zonder religie kan volgens de participanten deze waardes net zo goed bezitten.

---

<sup>107</sup> Persoonlijke communicatie (15 februari 2017).

### 4.3. Randvoorwaarden

#### 4.3.1. Invloed van angst

<b>Bestaat uit de codes:</b>	<b>De codes staan in verband met:</b>
- Angst	- Openheid
- Terugtrekken binnen de gemeenschap	- Praat met elkaar
- Negativiteit religie	- Ruimte
- Verkeerd beeld van religie	- Gelijkheid
- Vooroordelen	
- Weerbaarheid	

Figuur 7: Codes van de categorie 'invloed van angst'

De overkoepelende categorieën 'ruimte' en 'gelijkheid' zijn de randvoorwaarden voor maatschappelijke activatie van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties. De code 'angst' heeft op zowel ruimte als gelijkheid een negatieve invloed. Daarom wordt eerst specifiek op de code angst en de bijbehorende codes ingegaan, voordat specifiek de codes van de randvoorwaarden ruimte en gelijkheid aan bod komen.

#### Terugtrekken binnen de gemeenschap

Angst staat recht tegenover de code 'openheid'. Openheid lijkt een eenvoudig kenmerk van maatschappelijk actieve organisaties, maar angst heeft grote invloed op openheid. Het gaat om angst voor de ander, angst voor het onbekende en angst van het niet-weten. Angst kan ook voorkomen in de eigen religieuze of levensbeschouwelijke organisatie. Gebrek aan kennis over de eigen religie kan leiden tot het terugtrekken binnen de eigen gemeenschap. Gebrek aan kennis over de eigen religie leidt volgens de participanten tot het te veel vasthouden aan de eigen religie. Volgens de tekstfragmenten van bovenstaande codes is vastklampen aan een organisatie of religie een reactie op onzekerheid. Naast gebrek aan kennis leidt angst ook tot het naar binnen keren van een organisatie. Het gevolg van een 'naar binnen gekeerde' organisatie is dat de afstand tot de maatschappij wordt vergroot, waardoor het gevoel van verdeeldheid groeit. Bovendien, als angst invloed heeft op de motivatie - zoals duidelijk werd in de eerste fase - dan zal interne activatie zich nooit ontwikkelen tot maatschappelijke activiteiten. Kortom: angst verhindert openheid.

#### Negativiteit religie, verkeerd beeld van religie en vooroordelen

Ook de negatieve tendens die heerst over het woord religie in de maatschappij ligt ten grondslag aan de verminderende openheid. Het meest voorkomende voorbeeld dat participanten gaven over verkeerde beeldvorming ging over het 'winnen van zieltjes':

"Het gaat er niet om dat we zieltjes aan het winnen zijn of dat ik mensen naar mijn geloof probeer te trekken. Het gaat erom, er zijn nou eenmaal maatschappelijke problemen. En of het nou een dame is die nergens in gelooft en bij mij voor de deur staat omdat ze honger heeft of omdat ze christelijk is of een vluchteling. Het gaat erom dat je dan een mens ziet die ergens in nood zit. En als ik een pakket heb waar zo iemand weer een week mee verder kan, want kan mij het dan schelen waar diegene dan vandaan komt, of dat ik het aangeboden krijg van een kerkelijke of Hindoestaanse instelling. Het gaat erom dat we als mensen vanuit een bepaalde motivatie elkaar gewoon op gang helpen. Zonder je blind te staren op, hé die mag niet, of daar niet."<sup>108</sup>

<sup>108</sup> Persoonlijke communicatie (7 maart 2017).

Er ontstaat soms geen samenwerking met andere religieuze of maatschappelijke organisaties door verkeerde beeldvorming van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties. Verkeerde beeldvorming staat in verband met de code 'vooroordelen'. Negatieve beeldvorming ontstaat omdat een oordeel wordt aangenomen zonder zelf eerst in de religie of levensbeschouwing te verdiepen. Ook hier gaat het om een stukje kennis. Het gaat niet alleen om kennis over religie, maar ook om kennis van elkaar nemen. Het is belangrijk om met elkaar te praten en in gesprek te gaan. Het gevolg is dat beide partijen elkaar leren kennen en er van elkaar geleerd kan worden. Zonder vooroordelen naar iemand kijken gaat over zelfreflectie, begrip, de andere kant van het verhaal aanhoren, en het ontdoen van vooroordelen en onwetendheid.

### Weerbaarheid

'Weerbaarheid' wordt door de participanten gezien als 'oplossing' tegen angst. Met weerbaarheid wordt bedoeld dat een individu zelfvertrouwen heeft. Het gaat over een innerlijke zekerheid. Zelfvertrouwen bestaat niet alleen uit de eigen kracht maar kan ook door kennis en inzichten worden gestimuleerd.

### Angst

Zowel ruimte als gelijkheid worden beïnvloed door angst. In de volgende twee paragrafen over ruimte en gelijkheid zal 'angst' niet meer prominent aanwezig zijn, omdat de code in deze paragraaf is behandeld. Dit betekent dus niet dat angst geen rol speelt bij de codes 'ruimte' en 'gelijkheid'. De paragrafen ruimte en gelijkheid gaan verder in op de gevolgen die angst kan hebben op het gebied van ruimte en gelijkheid in de maatschappij.

#### 4.3.2. Ruimte

<b>Bestaat uit de codes:</b>	<b>Deze codes staan in verband met:</b>
- Ruimte vanuit gemeente en overheid	- Creativiteit
- Overheid en gemeente	- Eigen locatie
- Management en regels	- Stichting
- Subsidie	- Bottom up
- Scheiding religie en staat	- Intrinsieke motivatie
- Financiering van projecten	- Onderwijs
- Faciliteren door gemeente	- Eenheidsdenken
- Ruimte in...	- Praat met elkaar

Figuur 8: Codes van de categorie 'ruimte'

### Ruimte

Uit een vergelijking tussen de code 'ruimte' en de code 'creativiteit' is op te maken dat voor creativiteit ruimte nodig is. Het gaat hierin niet alleen om ruimte krijgen, maar ook om het zelf creëren van ruimte om creatief te kunnen zijn. Het hebben van ruimte in de religieuze of levensbeschouwelijke organisatie leidt tot creativiteit in de organisatie. Wanneer participanten creativiteit inzetten voor activiteiten in de maatschappij, krijgen zij vanuit de eigen gemeenschap hiervoor vertrouwen. Deze uitkomst insinueert dat vertrouwen een bepaalde vorm is van het geven van ruimte, omdat de organisatie erop ver-

trouwt dat die persoon het goed gaat doen en die persoon dus zijn gang laat gaan. Wanneer dit vertrouwen niet direct aan de participant wordt gegeven, gaat deze zelf op zoek naar vertrouwen door het creëren van begrip:

“P: Ja, ik pak zelf de ruimte om creatief te zijn. Dat is ook m’n drive denk ik voor mij persoonlijk. Creativiteit, dus niet steeds dingen doen die je al jaren zo doet, daar heb ik echt... als vrijwilligers dat tegen mij zeggen ‘omdat we dat altijd zo doen’, nee.

I: Wordt u daarin gestimuleerd vanuit de [organisatie]?

P: Nee ik denk het niet. Ik denk dat ik hier wel de ideeën bringe ben en ook wel de uitvoerder. Maar het gaat vaak over de manier waarop je iets brengt. Ik ben wel zo, ik laat gewoon zien hoe het anders kan, of met argumenten waarom het anders moet. Dan ontstaat daar vaak begrip voor. Ik ben hier nog niet conflicten tegen gekomen.”<sup>109</sup>

Voor activatie is creativiteit in de gemeenschap nodig, voor maatschappelijke activatie is creativiteit in de gemeenschap en maatschappij nodig. Gebrek aan ruimte in de maatschappij hebben de participanten ervaren vanuit overheidsinstellingen, de gemeente, maatschappelijke organisaties en het bedrijfsleven. Net als in de eigen gemeenschap geldt dit ook voor de maatschappij: als er geen ruimte is dan moet dit gecreëerd worden. Vertrouwen, wat bestaat uit begrip, creëert deze ruimte in de maatschappij:

“Want het COA, in het begin hadden die zoiets, ‘wat motten die mensen van [interreligieuze organisatie]’. (...) ‘Nee nee, religie, nee doodeng, stel je voor, die gaan dan bekeren.’ Maar waar heb je het over? Dus voor je er met zo’n overheidsapparaat op een niveau zit, op dezelfde antenne zit. Ze zijn allemaal bezig voor de vluchteling dat die zich hier veilig voelt. Jullie doen zorgen dat ze een slaapplek hebben, totdat de IND beslist, en ze zich hier veilig voelen. En wij willen ze gewoon... een ander stukje van het beleid en van het werk meegeven... En vertrouw ons dat nou gewoon toe. En we gaan dat samendoen, je mag erbij zitten, er is niks engs aan. Zo ver zijn we nou. Maar de energie die dat kost om zo ver te komen bij de overheid die denkt dat ze het allemaal zelf moeten doen is gigantisch, en zonde. En ik denk dat er dus binnen de religieuze organisaties genoeg mensen zijn die dit ook zouden willen, het ook zouden kunnen.”<sup>110</sup>

Ook bij maatschappelijke activatie moet dus in de samenwerking met de andere partijen vertrouwen zijn.

### **Ruimte vanuit overheid en gemeente, overheid en gemeente en regels en management**

De overheid blijkt, uit de tekstfragmenten met de codes ‘overheid en gemeente’ en ‘ruimte van gemeente en overheid’, in sommige gevallen maatschappelijke activatie tegen te werken. De beperking van ruimte worden door sommige participanten benoemd als ‘het niet krijgen van ruimte om dingen zelf te doen’. Als mensen zelf dingen gaan en mogen doen, betekent dit dat initiatieven gestimuleerd worden. Vanuit bestuurlijke instanties voelen de participanten vooral veel regels, in plaats van dat ze het gevoel hebben dat dingen zelf opgepakt moeten worden. De regels omschrijft een van de participanten als een systeem gebaseerd op wantrouwen, zodat op die manier zekerheid gecreëerd kan worden door bestuurlijke instanties. Vanuit die gedachte zouden regels dus vervangen moeten worden door ruimte. Ruimte is een systeem gebaseerd op vertrouwen met zekerheid als gevolg. Regels zijn

---

<sup>109</sup> Persoonlijke communicatie (24 februari 2017).

<sup>110</sup> Persoonlijke communicatie (15 februari 2017).

door de participanten beschreven als processen van vergunningen, aanvragen en subsidies. Met name in die drie aspecten merken de participanten gebrek aan ruimte op door regels.

### Subsidie

Uit de tekstfragmenten die met de codes 'subsidie' en 'locatie' verbonden zijn, blijkt dat vergunningen en subsidies redenen zijn waarom religieuze en levensbeschouwelijke organisaties contact zoeken met de gemeente Den Haag. De aanvraag voor een vergunning gebeurt met name wanneer op zoek wordt gegaan naar een (nieuwe) gebedsruimte. Wanneer een organisatie een gebedsruimte wil, zijn zij afhankelijk van de gemeente Den Haag. De gemeente beheerst het bestemmingsplan, die vaak veranderd moet worden bij de ontwikkeling van een nieuwe gebedsruimte. Bij een vergunningaanvraag is een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie afhankelijk van de gemeente. Ook bij subsidie ontstaat een afhankelijkheidsrelatie tussen een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie en de gemeente Den Haag. De gemeente Den Haag bepaalt namelijk welke activiteiten en projecten wel of geen geld krijgen. Een voorwaarde van het verkrijgen van subsidie is dat aan een hoop regels voldaan moet worden:

"Mijn hemel wat je dan allemaal doen moet. Alle regeltjes, nou ja dan krijg je het probleem van, 'Zijn jullie een stichting?'. Nee we willen ook geen stichting worden. Ja maar als je geen stichting bent, kun je geen rekening krijgen bij de bank. Maar als wij jullie faciliteren moet je wel een rekeningnummer hebben waar het wordt overgemaakt. 'Oh maar hoe lossen we dat op?' Dat soort waanzinnigheden loop je dan tegenaan."<sup>111</sup>

Het citaat gaat over het aanvragen van subsidie vanuit een interreligieus samenwerkingsverband. Een samenwerkingsverband heeft geen baat bij het oprichten van een stichting, omdat zij als vertegenwoordigers van een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie al bij een stichting horen. Daarnaast heeft subsidie de macht om een project te stoppen of door te laten gaan. De tekstfragmenten over subsidie geven aan dat wanneer een subsidie stopt, ook het project stopt. Subsidie is dus statisch en 'kan dingen eeuwig in stand houden'.<sup>112</sup> Uit de overige tekstfragmenten van de code 'subsidie' kan worden opgemaakt dat subsidie veel regels heeft, top-down is, en een project statisch maakt. Het geheel aan regels en top-down besturen van de maatschappij wordt door een van de participanten geschaard onder het begrip 'management'. De participant stelt dat het van belang is om met elkaar in de maatschappij op een gelijkwaardig niveau te zitten en de ander niet als 'minder', of zichzelf als 'beter' te zien. Dit betekent dus niet top-down, ook niet alleen bottom-up, maar vooral samen.

### Scheiding religie en staat en financiering van projecten

Ook het fenomeen scheiding van kerk en staat wordt door de participanten gezien als beperking van ruimte door bestuurlijke organisaties:

"We hebben in Nederland een mooi principe, dat noemen we scheiding van kerk en staat. Maar we hebben dat eigenlijk niet, vind ik, goed gedefinieerd wat we daarmee precies mee bedoelen."

Een testfragment dat gecodeerd is met de code 'scheiding religie en staat' beschrijft dat een onduidelijke definitie van de scheiding van religie en staat onzekerheid creëert. Onzekerheid over hoe om te gaan met religieuze of levensbeschouwelijke organisaties kan volgens de uitkomsten leiden tot het

---

<sup>111</sup> Persoonlijke communicatie (15 februari 2017).

<sup>112</sup> Persoonlijke communicatie (15 februari 2017).

niet toelaten van ruimte. Onzekerheid over de verhouding tussen staat en religie verhindert het openstaan voor samenwerking en financiering van religieuze of levensbeschouwelijke organisaties. Bij financiering van projecten voor het maatschappelijk belang moet volgens een van de participanten de vraag worden gesteld: wat is er nu echt nodig? De participant stelt: ‘Het gaat er niet om wie de soep kookt, maar dat de soep gekookt wordt.’<sup>113</sup> Scheiding van kerk en staat definieert een van de participanten als volgt: religie mag geen invloed hebben op beslissingen die het landsbelang aangaan.<sup>114</sup> Op dit moment is de betekenis echter te ver doorgetrokken door de onzekerheid die heerst over de betekenis van scheiding religie en staat.

### Faciliteren door gemeente

De code ‘subsidie’ staat recht tegenover de code ‘faciliteren door gemeente’. Het merendeel van de participanten gaf aan dat zij liever gefaciliteerd dan gesubsidieerd willen worden. Met faciliteren bedoelen de participanten dat de gemeente ondersteuning biedt, maar niet zozeer financiële ondersteuning in de vorm van een subsidie. De ondersteuning kan in de vorm van een onkostenvergoeding, het huren van een locatie, trainingen en andere manieren van ondersteuning vanuit de gemeente. Faciliteren benadrukt dat de overheid het beleid maakt en de mensen in de maatschappij het beleid uitvoeren. Faciliteren door een gemeente geeft de mensen de mogelijkheid zichzelf te organiseren. Faciliteren betekent mensen de ruimte geven om de dingen zelf te doen. Tot slot moet faciliteren gebeuren bij mensen die iets willen doen vanuit een bepaalde innerlijke drang.

### Ruimte in...

De tekstfragmenten uit de code ‘ruimte in...’ geven aan in welke vlakken van de maatschappij meer ruimte nodig is volgens de participanten. Ten eerste is meer ruimte nodig in het onderwijs voor het doceren van religie en het uiten van de religieuze identiteit van een kind. Ten tweede moet er ruimte gemaakt worden voor een nieuw Nederlanderschap door het verruimen van het denkkader. In de code ‘eenheidsdenken’ komt in een van de tekstfragmenten naar voren dat het denkbeeld van ‘de Nederlander’ bestaat uit een blanke man van middelbare leeftijd. Dit beeld moet verruimd worden naar andere kleuren dan alleen blank, of naar een ander geslacht behalve man, of een andere leeftijd dan middelbaar. Tot slot moet er meer ruimte komen voor dialoog in de wijk. Deze suggestie sluit aan bij de code ‘praat met elkaar’.

### 4.3.3. Gelijkheid

Bestaat uit de codes:	Deze codes staan in verband met:
- (On)gelijkheid	- Onafhankelijkheid
- Het woord religie verhindert projecten	- Openheid
- Vrijheid van religie	- Integratie
- Discriminatie	- Negativiteit religie
- Identiteit	- Verkeerde beeldvorming
- Meerstemmigheid	- In hokjes denken
- Onderwijs	- Vooroordelen
- Media	
- Aandacht voor religie	

Figuur 9: Codes van de categorie ‘gelijkheid’

<sup>113</sup> Persoonlijke communicatie (15 februari 2017).

<sup>114</sup> Persoonlijke communicatie (10 april 2017).

## Ongelijkheid

In de code '(on)gelijkheid' wordt door de tekstfragmenten duidelijk dat bestaande ongelijkheid in de Haagse maatschappij initiatieven, activiteiten en projecten van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties tegenwerkt. Ongelijkheid speelt zich, net als ruimte, af op verschillende terreinen in de maatschappij. Gelijke behandeling ten opzichte van religie vanuit de gemeente Den Haag en de overheid wordt door een deel van de participanten beaamt, maar een deel voelt zich ook ongelijk behandeld door de gemeente Den Haag of overheid. Wanneer participanten zich niet gelijk behandeld voelen vanuit de overheid of de gemeente Den Haag, staat dit in verband met een aantal oorzaken.

De eerste oorzaak is te wijten aan het verzuilingsverleden en niet door het huidige beleid van bestuurlijke instanties over religie. Doordat bepaalde christelijke stromingen in het verleden een voorrangspositie hebben gehad ten opzichte van de Nederlandse staat, hebben zij volgens sommige participanten hier nu nog voordelen van. Dit zijn voordelen zoals het hebben van gebouwen, subsidies en erkenning. Kortom, de voorrangspositie van religieuze organisaties in het verleden kunnen nog steeds gevoeld worden door niet-traditioneel christelijke religieuze of levensbeschouwelijke organisaties, waardoor zij zich ongelijk behandeld voelen. Een andere participant voelde zich niet per se als religieus persoon ongelijk behandeld, maar vond dat wel de wijk waarin zij woonde en werkte werd achtergesteld door de gemeente Den Haag. De participant zag een verband tussen de hoeveelheid aandacht vanuit de gemeente aan een wijk en de mate van de multiculturaliteit en multireligiositeit van een wijk. Het gevoel van ongelijkheid stimuleert de religieuze of levensbeschouwelijke organisatie om onafhankelijk te zijn van de gemeente.

Een groter deel van de participanten voelt dat de eigen organisatie en zichzelf wel gelijk behandeld worden vanuit de gemeente Den Haag. Het verband tussen de codes '(on)gelijkheid' en 'onafhankelijkheid' laat zien waarom. De participanten van financieel en organisatorisch onafhankelijke religieuze of levensbeschouwelijke organisaties voelen zich gelijk behandeld door de gemeente. Deze organisaties vragen niet om subsidies of andere gunsten van de gemeente Den Haag, waardoor zij zich nooit benadeeld kunnen voelen in dat opzicht. Onafhankelijkheid staat dus in verband met gelijkheid.

## Het woord religie verhindert projecten

De code '(on)gelijkheid' staat ook in verband met de code 'het woord religie verhindert projecten'. Wanneer religieuze of levensbeschouwelijke organisaties zich openstellen en toenadering zoeken tot de maatschappij, maar de maatschappij hier niet voor open staat, voelen zij zich wel ongelijk behandeld. Dit gevoel van ongelijkheid komt voort uit de afwijzing van de maatschappij op hun toenadering. Elke participant heeft meegemaakt dat zij als individu of als organisatie iets niet in de maatschappij konden organiseren omdat zij dit deden vanuit religieuze aard.

## Vrijheid van religie, discriminatie en identiteit

Het gebrek aan openheid van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties in de maatschappij uit zich voor veel participanten in de onvrijheid van religie. Vrijheid van religie is volgens de participanten theorie, maar niet de praktijk. 'De praktijk is weerbarstiger'.<sup>115</sup> Vrijheid van religie betekent ruimte hebben voor de eigen religieuze visie en identiteit. In de tekstfragmenten van de code 'vrijheid van religie' komt naar voren dat ruimte voor de eigen visie bestaat, maar dat die religieuze visie niet verbaal of door middel van uiterlijke kenmerken tot uiting kan worden gebracht. Wanneer participanten de behoefte voelen om de religieuze identiteit te uiten, voelen zij hierin niet de vrijheid, omdat ongelijke

---

<sup>115</sup> Persoonlijke communicatie (7 april 2017).

behandeling in de maatschappij het gevolg is. Deze ongelijke behandeling betekent discriminatie op het gebied van religieuze identiteit. Ook participanten zonder religieus uiterlijk worden gediscrimineerd op basis van hun etnische achtergrond.

### Integratie en meerstemmigheid

De code 'religieuze identiteit' staat op een negatieve manier in verband tot de code 'integratie'. Een religieuze identiteit wordt door de participanten gezien als een belemmerende factor om te integreren in de maatschappij. Uit de vergelijking blijkt dat de definitie van integratie in Nederland weinig gelijkheid kent. Integreren in Nederland omschrijft een van de participanten als 'overgeven' (assimileren) of 'uitgesloten worden'.<sup>116</sup> Integreren in een samenleving zou moeten betekenen dat iemand geaccepteerd wordt door een samenleving zoals diegene is. De participanten stellen dat in een religieuze organisaties wel acceptatie van elke vorm van religieuze, etnische of culturele identiteit plaatsvindt. Een 'meerstemmige identiteit' wordt in de maatschappij echter niet geaccepteerd. Een participant is op de term meerstemmigheid gekomen:

"Meerstemmigheid, daarmee wordt eigenlijk bedoeld, mensen die thuis eigenlijk iemand anders zijn. Op school ben je iemand anders en op straat ben je iemand anders. Thuis ben je een Indiër, een [gelovige], op school ben je Nederlands, en op straat ben je in het ergste geval 'gangster', haha. Nou kijk, wat je hier mee krijgt is dat je thuis de [geloofs-]beleving meemaakt, en ja dat speelt in je hoofd natuurlijk als je hier aan het werk bent of als je op school bent of waar dan ook. Dan is het altijd de vraag kun je die identiteit uitdragen ja of nee. Ik heb er bewust voor gekozen om dat niet te doen."<sup>117</sup>

De participanten met een andere etnische achtergrond laten weten dat integreren al moeilijk is, laat staan als daar een belemmerende factor als religie bij zou komen. Religie zit niet alleen in het hart, maar kan ook zichtbaar zijn door middel van uiterlijke symbolen. Iemand die 'geïntegreerd' is, moet volgens de norm blank zijn, normale kleding dragen en geen religieuze uitingen hebben. Dan pas ontstaat in de maatschappij gelijkheid tussen nieuwkomers en de rest van de maatschappij. Religieus zijn past dus niet in het plaatje van 'geïntegreerd zijn' in Den Haag en Nederland.

### Integratie

De code 'negativiteit van religie' staat ook op een negatieve manier in verband met de code 'integratie'. 'Problemen' bij integratie worden verweten aan de religie, terwijl het in veel gevallen niet eens om een religieuze kwestie gaat. Het zijn eerder maatschappelijke, sociale, groeps- en culturele kwesties volgens een aantal participanten. Een andere participant sluit hierbij aan door te stellen dat religie als instrument voor persoonlijke machtsideologie niks met religie te maken heeft.<sup>118</sup> Geen enkele religie is van oorsprong gewelddadig. Wanneer dit wel de gedachte over religie is, dan is het een verkeerde interpretatie. Tekstfragmenten over religieuze ongelijkheid gaan over de afkeer van de Nederlandse maatschappij tegenover religie. Mensen worden soms bijna gedwongen om meer en meer richting in hun geloof terug te trekken:

---

<sup>116</sup> Persoonlijke communicatie (5 mei 2017).

<sup>117</sup> Persoonlijke communicatie (7 april 2017).

<sup>118</sup> Persoonlijke communicatie (15 februari 2017).

“Het probleem is, ook al ben je geïntegreerd, door de media en de invloed van buitenaf word je automatisch toch een beetje naar die andere kant gepusht, naar de [geloofsovertuiging] kant. Je wordt niet geaccepteerd. En acceptatie is toch wel heel erg belangrijk.”<sup>119</sup>

Het citaat hieronder verduidelijkt nog eens de situatie:

“Ik heb een tijd gehad dat ik bijna bij elk gesprek mij moest gaan verantwoorden waarom ik [als gelovigen] geen hoofddoek droeg.”<sup>120</sup>

### Onderwijs

De druk van de maatschappij staat in verband met het hokjes denken in de maatschappij. De tekstfragmenten van de code ‘negatieve beeldvorming’ stellen onder andere dat gebrek aan kennis leidt tot vooroordelen waardoor negatieve stereotyperingen ontstaan. Gebrek aan kennis is volgens de participanten te wijten aan onwetendheid. Onwetendheid kan liggen aan een hoop facetten, uit de codes blijkt dat onwetendheid heerst op school en in de opvoeding, maar dat het ook mens-eigen is. Het verstrekken van foutieve informatie in het onderwijs over religie ontwikkelt misopvattingen over religies. De participanten stellen dat de hoofdgedachtes en eenheid van religie onderwezen zou moeten worden, en niet foutieve informatie en regels.

### Media en aandacht voor religie

De beeldvorming van religie is volgens de participanten niet juist. Religie bestaat niet uit regels, strengheid en dingen moeten, maar uit liefde, levensstijl en bijdragen aan de maatschappij. De media stimuleren het negatieve beeld in plaats van het positieve beeld over religie. De negatieve en in hokjesdenkende houding ten opzichte van religie en religieuze identiteit komt door negatieve vooroordelen die worden gestimuleerd door de media. Media wordt door alle participanten aangewezen als oorzaak van de niet-vrijheid van religie in de maatschappij. Media is bovendien een fenomeen wat door alle participanten bewust wordt vermeden. De code ‘media’ en ‘aandacht voor religie’ staan dus in verband met elkaar.

---

<sup>119</sup> Persoonlijke communicatie (9 mei 2017).

<sup>120</sup> Persoonlijke communicatie (9 mei 2017).





## 5. Interpretatie en theorievorming

In het vorige hoofdstuk In het vorige hoofdstuk zijn de eerste twee fases (*open* en *axial coding*) van de kwalitatieve onderzoeksmethode van Van Thiel doorlopen. In dit hoofdstuk zullen de derde en de vierde fase aan bod komen. De derde fase is interpretatie. In deze fase worden de codes in vergelijking met de onderzoeksvraag en afwijkende resultaten geïnterpreteerd en bediscussieerd. Dit leidt tot de vierde fase: het aanvullen en bijstellen van een theorie. In dit hoofdstuk zal ten eerste de relatie tussen de casestudy Den Haag en de onderzoeksvraag worden besproken. Vervolgens gebeurt dit ook met de afwijkende uitkomsten uit de casestudy. Daarna wordt de relatie tussen dit onderzoek en het onderzoek van Rijksschroef en Duyvendak, Putnam, Stark en Finke, Leadbeater en Bannink vergeleken. Tot slot zal ingegaan worden op de relatie tussen de casestudy en de onderzoeksmethode, en de implicaties van de casestudy.

### Relatie casestudy en onderzoeksvraag

Het vorige hoofdstuk is ingegaan op de kenmerken en randvoorwaarden van maatschappelijk actieve religieuze en levensbeschouwelijke organisaties. Om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden is onderzocht op welke manier maatschappelijke activatie van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties ontstaat en hoe dit in verband staat met het bijdragen aan de integratie van nieuwkomers. De vier kenmerken die zijn behandeld in het vorige hoofdstuk zijn: een gedeelde religieuze intrinsieke motivatie, activatie, maatschappelijke activatie en maatschappelijke innovatie. Om de vierde stap maatschappelijke innovatie als religieuze of levensbeschouwelijke organisatie te bereiken, moet stap 1 tot en met 3 van toepassing zijn op de religieuze of levensbeschouwelijke organisatie. In het vorige hoofdstuk zijn per stap de specifieke kenmerken die daaraan bijdragen weergegeven.

In zowel activatie, maatschappelijke activatie als in maatschappelijke innovatie van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties kan worden bijgedragen aan de integratie van nieuwkomers. Ten eerste kan een actieve religieuze of levensbeschouwelijke organisatie bijdragen aan de integratie van nieuwkomers als de nieuwkomer zich aansluit bij de desbetreffende religieuze of levensbeschouwelijke organisatie. De verbinding tussen mensen in een religieus of levensbeschouwelijke organisatie leidt tot een sociaal netwerk voor de nieuwkomer. Een sociaal netwerk draagt bij aan het gevoel van veiligheid, vertrouwen, geborgenheid en het hebben van een thuis. Maar een sociaal netwerk versterkt ook de eigen identiteit, dienstbaarheid en normen en waarden van een individu. Aansluiting bij een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie kan dus de sociale en culturele integratie stimuleren. De ontwikkeling van normen en waarden en de eigen identiteit draagt bij aan het zelfvertrouwen van een persoon. Zelfvertrouwen is een onderdeel van weerbaarheid. Zoals de casestudy heeft laten zien is angst een groot probleem voor maatschappelijke activatie en maatschappelijke innovatie van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties. De weerbaarheid voor angst is essentieel voor iedereen: een religieus of niet-religieus persoon, een nieuwkomer of iemand die zijn hele leven al in Nederland woont.

Ten tweede kan ook een maatschappelijk actieve religieuze of levensbeschouwelijke organisatie bijdragen aan de integratie van nieuwkomers. Een maatschappelijk actieve religieuze of levensbeschouwelijke organisatie is niet alleen dienstbaar naar de eigen leden maar ook dienstbaar in de maatschappij. Een organisatie biedt bijvoorbeeld maatschappelijke hulp aan op het gebied van voedsel, taalles, woonruimte en kleding. Maar een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie kan ook maatschappelijke projecten opzetten, zoals een maatjesproject gericht op ouderen, jongeren of

nieuwkomers. Maatschappelijke activatie kan dus bestaan uit activiteiten of projecten specifiek gericht op nieuwkomers of activiteiten of projecten gericht op de algehele maatschappij, waar ook nieuwkomers gebruik van maken. De grootste stimulans voor religieuze en levensbeschouwelijke organisaties om maatschappelijk actief te zijn is de intrinsieke religieuze motivatie om op een positieve manier bij te dragen aan de maatschappij. Een gedeelde religieuze intrinsieke motivatie is als basis essentieel, omdat anders nooit de stap van activatie naar maatschappelijke activatie door een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie gemaakt kan worden. Een intern actieve organisatie gebaseerd op angst in plaats van een gedeelde religieuze intrinsieke motivatie heeft een kleine kans om te transformeren naar een maatschappelijke actieve organisatie.

Ten derde dragen ook maatschappelijk innovatieve religieuze en levensbeschouwelijke organisaties op hun manier bij aan de integratie van nieuwkomers. Maatschappelijke innovatie kan specifiek bijdragen aan de integratie van nieuwkomers in de maatschappij. Maatschappelijke innovatie ontstaat door samenwerkingsverbanden die zijn opgericht om zich specifiek in te zetten voor een maatschappelijke uitdaging. Voorbeelden hiervan zijn samenwerkingsverbanden gericht op de integratie van nieuwkomers, onderwijs en jongeren. In deze samenwerkingsverbanden is een grote mate van openheid en vertrouwen. Bovendien is het uitgangspunt in een samenwerking dat elke deelnemende partij vanuit eigen expertise kan bijdragen aan een oplossing voor de uitdaging. De expertise van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties is gericht op aandacht voor het sociale welzijn en het lokale en wijkniveau waarin zij actief zijn. De organisaties staan dus niet alleen dicht bij de mensen, ze zijn ook gespecialiseerd in de behoefte van hun mensen. Samenwerking leidt tot innovatie omdat verschillende inzichten (religie, leeftijd, geslacht, beroep, expertise, et cetera) leiden tot creatieve ideeën. De verschillende expertises en netwerken dragen bij aan het implementeren van de ideeën die ontstaan. Maatschappelijke innovatie is het uitvoeren van creatieve ideeën om zo bij te dragen aan de maatschappij. Innovatieve activiteiten en projecten zijn creatief, experimenteel, lokaal, en opgezet vanuit een overstijgende religieuze verbinding die het buiten de hokjes- en eenheidsdenken versterkt. Het denken in eenheid en gelijkheid is niet alleen belangrijk in een interreligieus samenwerkingsverband. Ook met maatschappelijke- en bestuurlijke organisaties is samenwerken op een gelijk niveau van belang.

Het stimuleren van motivatie, activatie en innovatie van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties, zodat zij bijdragen aan de integratie van nieuwkomers, is complex. Het is een lastige opgave voor de gemeente Den Haag om motivatie en activatie te stimuleren. De kans bestaat, wanneer een externe partij activatie probeert te reguleren, dat de intrinsieke motivatie zal verdwijnen. Mensen dragen op vrijwillige basis bij aan iets, dus de wil en enthousiasme zijn essentieel om gemotiveerd en actief te blijven. Intrinsieke motivatie is de eerste stap die leidt tot activatie, maatschappelijke activatie en vervolgens maatschappelijke innovatie. Het is dus van belang dat deze intrinsieke motivatie in stand blijft, omdat anders de andere drie stappen onmogelijk worden.

Er zijn wel andere manieren hoe de gemeente Den Haag bij kan dragen aan de stimulering van activatie, maatschappelijke activatie en maatschappelijke innovatie. Aan de ene kant kan de gemeente Den Haag activiteiten en projecten opzetten om ontmoetingen, netwerk- en samenwerkingsverbanden te stimuleren. Dit betekent dus dat de gemeente Den Haag stimuleert op het niveau van maatschappelijke innovatie. De gemeente stimuleert specifiek het samenwerkingskenmerk van innovatie. De gemeente Den Haag is een neutrale partij in ontmoetingen en netwerken van religieuze, levensbeschouwelijke en maatschappelijke organisaties. Omdat de gemeente Den Haag religieus neutraal is

stimuleert dit de openheid, het vertrouwen en de laagdrempeligheid bij alle deelnemende organisaties. De gemeente Den Haag kan dus haar neutrale positie in de stad inzetten als verbinding in de stad op het gebied van (interreligieuze) ontmoetingen, netwerken en samenwerkingen.

Aan de andere kant kan de gemeente Den Haag bijdragen aan de ruimte en gelijkheid in de maatschappij voor religieuze en levensbeschouwelijke organisaties. De gemeente Den Haag kan op een aantal punten bijdragen aan ruimte en gelijkheid in de stad. Religieuze en levensbeschouwelijke organisaties - van motivatie tot innovatie- worden gestimuleerd wanneer zij ruimte in de maatschappij hebben om te participeren aan activiteiten en projecten, ideeën te delen over activiteiten en projecten en samen te werken in activiteiten en projecten. Dit betekent dat religieuze en levensbeschouwelijke organisaties gelijk behandeld moeten worden in de maatschappij. Hieronder volgen de punten waar de gemeente Den Haag zich volgens de uitkomsten casestudy voor kan inzetten om ruimte en gelijkheid in de stad te vergroten.

#### 1. Dunne definitie scheiding religie en staat

De gemeente Den Haag heeft toezicht op de stad Den Haag en kan dus ook haar invloed uitoefenen op de rol die religieuze en levensbeschouwelijke organisaties hebben in de stad. De scheiding van religie en staat in Nederland bepaalt in hoeverre samengewerkt kan worden tussen gemeente en religie. Deze definitie bepaalt in hoeverre er ruimte is voor religieuze en levensbeschouwelijke organisaties om met anderen in de maatschappij samen te werken. Op dit moment is de definitie niet duidelijk vastgelegd en leidt dit tot verschillende interpretaties van het begrip. Wanneer iets onduidelijk is kan dit leiden tot onzekerheid. Ook in hoeverre samengewerkt kan worden met religieuze en levensbeschouwelijke organisaties bestaat onzekerheid. Dit kan resulteren in een terughoudende houding van bestuurlijke en maatschappelijke instanties ten opzichte van religieuze of levensbeschouwelijke organisaties. Een dunne definitie van de scheiding van religie en staat zal ruimte creëren in samenwerking tussen religie en maatschappij. De dunne definitie houdt in dat samenwerking tussen bestuurlijke organisaties en religieuze of levensbeschouwelijke organisaties mogelijk is, zolang religie geen invloed heeft op het landsbelang. De gemeente Den Haag en de overheid hebben een voorbeeldfunctie als het gaat over samenwerking met religies. Maatschappelijke en bestuurlijke organisaties, maar ook individuele burgers, houden de gemeente of overheid aan als voorbeeldfunctie hoe met religie omgegaan kan worden.

#### 2. Faciliteren in plaats van subsidiëren

Om als gemeente Den Haag ruimte te creëren voor religieuze en levensbeschouwelijke organisaties in de maatschappij, zal de samenwerking tussen gemeente Den Haag en religieuze en levensbeschouwelijke organisaties op een andere manier vormgegeven moeten worden. De samenwerking tussen religieuze organisaties en de staat bestaat op dit moment vooral uit het verstrekken van subsidies of vergunningen. Religieuze en levensbeschouwelijke organisaties krijgen subsidie als de ideeën en initiatieven aansluiten bij het beleid van de gemeente. Subsidieverstrekking is gebonden aan regelgeving, waardoor innovatie wordt bemoeilijkt. Innovatie is creatief. Creativiteit ontstaat door ruimte voor ideeën en gelijkheid in samenwerking. Wanneer een creatief idee door subsidie ondersteund wordt om in de praktijk geïmplementeerd te worden, dan zal de creativiteit verdwijnen door de regels waaraan voldaan moet worden. Innovatie is een experiment en subsidie niet. In een experiment zit vertrouwen in het eindresultaat van het experiment, ook al is het eindresultaat nog onbekend. In innovatie zit dus veel bewegingsruimte tijdens het proces, omdat het eindresultaat nog niet vastligt. Bij het verkrijgen van subsidie moet het eindresultaat worden vastgelegd voordat subsidie ontvangen kan worden,

omdat het project of de activiteit per definitie moet slagen. Subsidie is ook een machtsmiddel van de gemeente Den Haag of overheid om bepaalde groepen te stimuleren of juist te demotiveren. Subsidie creëert een afhankelijkheidsrelatie van de religieuze of levensbeschouwelijke organisatie ten opzichte van de gemeente Den Haag of overheid. Subsidie creëert ongelijkheid terwijl juist gelijkheid een randvoorwaarden voor activatie en innovatie is. Kortom, door het gebrek aan ruimte en gelijkheid van subsidie stimuleert subsidie activatie en innovatie niet.

Een nieuwe samenwerkingsvorm tussen de gemeente Den Haag en religieuze en levensbeschouwelijke organisatie moet bestaan uit faciliteren. Faciliteren in plaats van subsidiëren sluit aan bij de randvoorwaarden ruimte en gelijkheid. In de vorm van faciliteren zit ruimte en gelijkheid wat in subsidie niet zit. Gelijkheid en ruimte zijn de basis van een creatieve samenwerking. Samenwerken op basis van vertrouwen en een gelijkwaardig niveau stimuleert de motivatie en creativiteit. Faciliteren vanuit de gemeente of overheid betekent het ondersteunen van activiteiten of projecten, maar niet zozeer financieel. Faciliteren kan een onkostenvergoeding betekenen of het organiseren van een training voor 'bruggenbouwers'. In faciliteren gaan religieuze en levensbeschouwelijke organisaties met een bestuurlijke organisatie om de tafel zitten met de vraag: wat is er nu echt nodig? Faciliteren is een bijzondere vorm van beleid, want het is niet top-down en niet gebaseerd op macht, kennis, planning en controle, maar gebaseerd op ruimte en gelijkheid tussen beide partijen. De gemeente kan niet alleen een deelnemende partij zijn in een samenwerking (faciliteren), maar de gemeente kan ook de rol van het organiseren van ontmoetings-, netwerk- en samenwerkingsbijeenkomsten op zich nemen. Zolang de maatschappij nog een hoge mate van ongelijkheid en gebrek aan ruimte bevat, is het, zoals gezegd, aan de gemeente om een neutrale verbinder te zijn voor ontmoetings-, netwerk- en samenwerkingsbijeenkomsten van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties.

### 3. Loslaten verzuilingsverleden en etnostatistiek

De gemeente Den Haag heeft zoals gezegd niet alleen een voorbeeldfunctie op het gebied van faciliteren en samenwerken met religies, maar zij hebben ook toezicht en invloed in de stad Den Haag. De gemeente Den Haag heeft de mogelijkheid de maatschappij te stimuleren of te ontmoedigen door middel van beleid. Wanneer de gemeente Den Haag ruimte en gelijkheid willen stimuleren voor religieuze en levensbeschouwelijke organisaties in de stad, dan kunnen zij dit doen op het gebied van verzuilingsverleden, etnostatistiek, discriminatie, racisme, media en onderwijs. Het verzuilingsverleden en etnostatistiek dragen bij aan de ongelijkheid in de maatschappij. Ten tijde van de verzuiling was het christendom de enige religie in Nederland. Het verzuilingsverleden heeft geleid tot het denken in verschillen. Het denken in verschillen bemoeilijkt de gelijkheid tussen groepen in de samenleving. Bovendien heeft het christendom door dit verleden in vergelijking met andere religies meer erkenning, gebouwen en subsidies overgehouden. Ook dit creëert een gevoel van ongelijke behandeling. Om ruimte te creëren op dit gebied is het noodzakelijk de banden met het verzuilingsverleden los te laten (bijvoorbeeld politieke partijen en omroepen). Het denken in verschillen is geïnstitutionaliseerd in de etnostatistiek. Het bijhouden van statistiek van verschillende religieuze, culturele en etnische groepen benadrukt de verschillen tussen groepen in de maatschappij. Etnostatistiek creëert een beeld dat verschil in etnische of religieuze achtergrond ertoe doet. Etnostatistiek zou afgeschaft moeten worden om bij te dragen aan de gelijkheid tussen religieuze, culturele en etnische groepen en individuen in de maatschappij.

#### 4. Acceptatie religie, cultuur en etniciteit

Ruimte in de maatschappij is voor religieuze en levensbeschouwelijke organisaties beperkend door de ongelijkheid op het gebied van religie, cultuur en etniciteit. Wanneer het zichtbaar is dat een individu of een organisatie religieus is, doordat dit gezegd is of doordat dit te zien is door uiterlijke kenmerken, dan willen mensen, organisaties en bedrijven in de maatschappij niet meer samenwerken. De maatschappij heeft weerstand tegen religie. Religie is daarom ook een belemmerende factor voor integratie in de maatschappij, omdat de maatschappij niet open staat voor religie. De opvatting van integratie die op dit moment op te merken is in de samenleving, bevat ongelijkheid, omdat iemand met een religieuze identiteit meer moeite heeft met integratie dan een niet-religieus persoon. Dit geldt echter alleen voor niet-traditioneel christelijke religies. Nederland is van oorsprong een christelijk land waardoor dit niet onbekend is voor mensen en dus niet snel leidt tot angst. Ook wanneer een individu in de maatschappij het uiterlijk heeft van een andere etnische of culturele achtergrond, dan wordt integratie belemmerd. Niet-wit zijn betekent op dit moment nog anders-zijn. Iets wat anders is leidt tot angst in de huidige samenleving. Een meerstemmige identiteit wordt niet geaccepteerd in de maatschappij terwijl acceptatie essentieel is voor integratie.

#### 5. Bestrijden negatieve beeldvorming

Naast een gebrek aan acceptatie draagt ook negatieve beeldvorming van religie bij aan het gebrek aan ruimte om te participeren, delen en samen te werken in de maatschappij. De media versterken en veroorzaken de negatieve beeldvorming van religie. De media is niet alleen negatief tegenover religies, de media verspreiden ook foutieve informatie over religie. Wanneer kwesties in de media uitgelicht worden, wordt dit toegeschreven aan de religie. Terwijl de grondslag van de kwestie vaak niet religieus is, maar eerder ontstaat door culturele of sociale druk. De invloed van media op de maatschappij is groot, waardoor de media in grote mate bijdraagt aan de ongelijkheid van religie en het gebrek aan ruimte voor religie in de maatschappij.

#### 6. Religie in het onderwijs

Ook het onderwijs is een domein in de maatschappij waar ruimte en gelijkheid voor religie gecreëerd kan worden. In het onderwijs moet religie worden onderwezen vanuit de juiste hoofdgedachtes van verschillende religies en de verhalen. Op die manier laat ontstaat er een niet-negatieve beeldvorming over religie. Bovendien stimuleert het onderwijzen van verschillende religieuze hoofdgedachtes en verhalen het inzicht van overeenkomsten tussen religies en niet van verschillen. De klas is ook de plek om de gelijkheid en acceptatie van meerstemmige identiteiten te stimuleren. In het onderwijs moet ruimte gecreëerd worden om aandacht te besteden aan verschillende religies en een meerstemmige identiteit te bespreken. School is de plek om nadruk te leggen op de gelijkheid tussen iedereen, ondanks verschillen op basis van religie, cultuur of etnische achtergrond. Onderwijs over de hoofdgedachtes en verhalen, en niet zozeer de regels, van verschillende religies zal bijdragen aan het zien van de positiviteit van religies en levensbeschouwingen.

#### **Interpretatie afwijkende uitkomsten casestudy Den Haag**

In dit kopje zullen uitkomsten van de casestudy worden geïnterpreteerd die afwijkend of tegenstrijdig zijn. Uit het vorige hoofdstuk blijkt dat innovatieve activiteiten en projecten worden georganiseerd vanuit het perspectief van een gevoel van eenheid tussen mensen. Bewustwording van een overstijgende verbinding – iedereen zien als mens, broer, zus of ziel – is een inzicht wat hierin een grote rol

speelt bij de participanten. Ondanks dat de participanten dit bevestigen, hebben zij over dit thema ook paradoxale uitspraken gedaan. De participanten zelf stellen dat het zien van een overstijgende verbindingen hen niet per se tot een geschikte kandidaat maakt voor innovatie. De participanten die overstijgende verbindingen leggen, denken niet in hokjes en willen zichzelf daarom ook niet in een hokje plaatsen. Zo zijn bijvoorbeeld vertrouwen en trouw religieuze waarden die van toepassing kunnen zijn op projecten met nieuwkomers, maar deze waarden gelden volgens de participanten net zo goed voor niet-religieuzen. Ook voor creativiteit is volgens een participant aanleg nodig, maar religie of levensbeschouwing speelt hierin geen rol.

Een tweede tegenstrijdigheid in de uitkomsten van de casestudy heeft betrekking op de definitie van maatschappelijke activatie. Maatschappelijke activatie betekent dat een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie bijdraagt aan de vooruitgang van de maatschappij. Een belangrijk kenmerk is openheid richting de maatschappij. Er zijn echter religieuze of levensbeschouwelijke organisaties die de maatschappij vooruithelpen met het geven van pedagogisch advies of bijvoorbeeld taallessen voor de eigen achterban. De religieuze of levensbeschouwelijke organisatie bevat dan niet openheid naar de maatschappij, maar draagt weldegelijk bij aan de vooruitgang van de eigen achterban en dus de maatschappij. Volgens de kenmerken uit de casestudy zou een dergelijke organisatie niet onder maatschappelijke activatie maar activatie vallen. Deze situatie laat zien dat het verschil tussen activatie en maatschappelijke activatie niet zwart-wit genomen kan worden. De situatie laat ook zien dat een niet-maatschappelijk actieve organisatie alsnog op een positieve manier kan bijdragen aan de maatschappij. Het krijgen van Nederlandse les vanuit de religieuze of levensbeschouwelijke organisatie draagt bijvoorbeeld bij aan de integratie van de achterban in de maatschappij. Wanneer de religieuze of levensbeschouwelijke organisatie in bovenstaande situatie ook pedagogisch advies en taallessen zou aanbieden aan andere mensen in de maatschappij, dan zou zij volgens de kenmerken uit de casestudy pas vallen onder een maatschappelijk actieve religieuze of levensbeschouwelijke organisatie.

### Relatie tussen de casestudy Den Haag en theorie

De vierde fase van kwalitatief onderzoek is het aanvullen en bijstellen van de theorie. Deze fase analyseert de relatie tussen de praktijk (hoofdstuk 4) en de theorie (hoofdstuk 2 en 3). In de theorie is voornamelijk gebruik gemaakt van Putnam en Leadbeater. Beide theorieën zijn niet specifiek gericht op activatie van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties, maar in dit onderzoek zijn de theorieën daar wel op toegepast. De resultaten uit de casestudy hebben in vergelijking met de theorie van Putnam en Leadbeater meer overeenkomsten dan verschillen. De resultaten bevestigen dat de vijf basisprincipes van activatie van Leadbeater overeenkomen met de kenmerken van actieve en maatschappelijk actieve religieuze en levensbeschouwelijke organisaties uit de resultaten. De kenmerken van maatschappelijke activatie bevatten niet alleen overbruggende activatie (contact maken, samenwerken en creëren), maar ook bindende activatie (organisatorische kern en bijdragen). Dit sluit aan bij de theorie over *bonding* en *bridging* van Putnam: maatschappelijk activatie is alleen mogelijk als ook de organisatie zelf intern actief is. Naar aanleiding van het theoretisch- en praktisch onderzoek zijn de volgende definities van verschillende vormen van activatie vastgesteld:

#### Actieve religieuze en levensbeschouwelijke organisaties:

Leden participeren, delen en werken samen in de eigen religieuze of levensbeschouwelijke organisatie ten behoeve van de eigen religieuze of levensbeschouwelijke organisatie en achterban.

#### Maatschappelijk actieve religieuze en levensbeschouwelijke organisaties:

Leden participeren, delen en werken samen vanuit de eigen religieuze of levensbeschouwelijke organisatie ten behoeve van maatschappelijke uitdagingen.

#### Maatschappelijke innovatieve religieuze en levensbeschouwelijke organisaties:

Leden participeren, delen en werken samen vanuit de eigen religieuze of levensbeschouwelijke organisatie samen met andere religieuze-, levensbeschouwelijke-, maatschappelijke- of bestuurlijke organisaties ten behoeve van maatschappelijke uitdagingen.

Deze definities verschillen van de definitie van maatschappelijke activatie in de inleiding. De definitie van maatschappelijke activatie in de inleiding is gericht op activatie als proces. In dit onderzoek ligt de focus op het proces en de werking van maatschappelijke activatie. Om echter tot de betekenis van het proces van maatschappelijke activatie te komen, is het nodig om de betekenis van maatschappelijke activatie als toestand te onderzoeken. Het definiëren van de definities van activatie, maatschappelijke activatie en innovatie heeft inzicht verschaft in het proces en de werking van maatschappelijke activatie.

Tussen de resultaten van dit onderzoek en de resultaten van Stark en Finke, Rijkschroeff en Duyvendak en Bannink zitten een aantal verschillen. Stark en Finke stellen dat naarmate spanning tussen de religieuze of levensbeschouwelijke organisatie en de maatschappij toeneemt, de organisatie actiever wordt en groeit.<sup>121</sup> Actief zijn en groei staat volgens Stark en Finke in verband met de afstand tot de maatschappij. Afstand tot de maatschappij versterkt de verbinding tussen de leden van de organisatie onderling. De resultaten van deze casestudy beargumenteren dat een actieve en groeiende maatschappij weldegelijk in staat is in verbinding te staan met de maatschappij. Een deel van de leden is gericht op het in stand houden van de eigen organisatie, en een ander deel van de leden is gericht op de verbinding met de maatschappij. Dit is mogelijk, omdat in de casestudy te lezen is dat een gezonde actieve religieuze organisatie gebaseerd is op een gedeelde religieuze intrinsieke verbinding. De religieuze intrinsieke motivatie betekent positief bijdragen aan de maatschappij. Stark en Finke beargumenteren met hun theorie dat verbinding van een organisatie tot stand komt door een hoge spanning met de maatschappij. Hierdoor hebben zij het niet over religie als basis van verbinding in een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie, maar invloeden van buitenaf als basis van verbinding. Op dit vlak verschillen de resultaten uit dit onderzoek met het onderzoek van Stark en Finke.

In hoofdstuk 2 stellen Rijkschroeff en Duyvendak dat de opstelling van gemeentes of de overheid weinig invloed heeft op de interne ontwikkeling van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties in vergelijking met andere organisaties van minderheden.<sup>122</sup> Media, opinieleiders en maatschappelijke organisaties zouden hier meer invloed op hebben. In dit onderzoek is niet specifiek ingegaan op de hoeveelheid invloed, maar de resultaten laten wel een ander beeld zien dan Rijkschroeff en Duyvendak schetsen. De gemeente Den Haag en de overheid hebben een voorbeeldfunctie in de maatschappij, net als de media, opinieleider en maatschappelijke organisaties. Voor maatschappelijke organisaties is de gemeente waarin zij werken een voorbeeldfunctie voor de omgang met religies. Bovendien zijn de overheid en gemeentes instituties van de ongeschreven regels, normen en waarden

---

<sup>121</sup> Stark & Finke, Acts of Faith.

<sup>122</sup> Rijkschroeff & Duyvendak, De omstrede betekenis van zelforganisaties, p.34.

van een maatschappij. Strengere regels over bijvoorbeeld religieuze en etnische discriminatie zal invloed hebben op de gelijkheid in de maatschappij. Gelijkheid is een randvoorwaarde voor maatschappelijke activatie en innovatie van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties. De overheid en gemeentes hebben in dit onderzoek niet minder of meer invloed op de interne ontwikkeling van religieuze of levensbeschouwelijke organisaties dan media, opinieleiders of maatschappelijke organisaties.

Ook in vergelijking met de theorie van Bannink verschillen de resultaten. Bannink heeft een theorie opgesteld die gaat over hoe activatie in de maatschappij door bestuurlijke organisaties gemanaged kan worden.<sup>123</sup> De casestudy en literatuur (Leadbeater) van dit onderzoek beargumenteren dat activatie niet gemanaged kan worden. Uit de casestudy blijkt dat management zelfs belemmerend kan zijn voor activatie, tenzij gebruik wordt gemaakt van modernere vormen van management, zoals faciliteren. Traditioneel management verhindert activatie, omdat activatie gebaseerd is op een intrinsieke motivatie, terwijl in management in principe niet wordt uitgegaan van de intrinsieke motivatie van iemand. Zoals besproken, in de literatuur van Noordegraaf, zijn echter nieuwe vormen van publiek management ontstaan die proberen aan te sluiten bij de theorie over motivatie en activatie.<sup>124</sup>

Concluderend: in dit onderzoek is specifiek op zoek gegaan naar een passende betekenis van maatschappelijke activatie van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties. De passende betekenis is gebaseerd op de literatuur en theorie van dit onderzoek. In de literatuur gaat Leadbeater in op de activatie van organisaties. De theorie van Putnam is in dit opzicht een aanvulling van de theorie van Leadbeater. Putnam gaat in zijn theorie namelijk wel in op de verhouding tussen een interne organisatie en het bijdragen aan de maatschappij van de organisatie. De theorie die in deze casestudy naar voren is gekomen geeft antwoord op de vraag wat maatschappelijke activatie van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties in Den Haag is en op welke manier dit kan bijdragen aan de integratie van nieuwkomers. Aan de hand van de betekenis van maatschappelijke activatie is vastgesteld op welke vlakken dit gestimuleerd kan worden door de gemeente Den Haag. De theorie in dit onderzoek bestaat uit vier kenmerken die leiden tot maatschappelijke innovatie door religieuze en levensbeschouwelijke organisaties. Bovendien geeft de theorie uit de casestudy inzicht op welke niveaus religieuze en levensbeschouwelijke organisaties kunnen bijdragen aan de integratie van nieuwkomers en op welke niveaus dit gestimuleerd kan worden.

### Relaties tussen de resultaten en de onderzoeksmethode

De resultaten uit de casestudy zijn tot stand gekomen door de gehanteerde onderzoeksmethode. Het informele karakter van de methode van interviewen karakteriseert de onderzoeksmethode. Aan de hand van de methode is gezocht naar bevestiging van bestaande theorieën, en is ook op zoek gegaan naar nieuwe inzichten. De insteek van dit onderzoek is geweest om betekenis en verdieping te geven aan het begrip maatschappelijke activatie van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties in Den Haag in de huidige postmoderne samenleving. De resultaten uit de casestudy komen overeen met de bestaande theorieën, wat de betrouwbaarheid van de nieuwe inzichten vergroot. Het is mogelijk dat andere kwalitatieve onderzoeksmethodes, zoals een gestructureerd interview, of kwantitatief onderzoek, de nieuwe inzichten kunnen verfijnen.

---

<sup>123</sup> Bannink, Het managen van activering.

<sup>124</sup> Noordegraaf, Management in het publieke domein.

### Implicaties van de resultaten

Dit onderzoek draagt bij aan de theorievorming op het gebied van motivatie, activatie en innovatie van religieuze en levensbeschouwelijke organisatie in de huidige postmoderne samenleving met als doel inzicht over de bevordering van de integratie van nieuwkomers. Deze theorievorming draagt bij aan organisatorisch en beleidskundige inzichten met betrekking tot religieuze en levensbeschouwelijke organisaties en integratie van nieuwkomers in de maatschappij. Religieuze en levensbeschouwelijke organisaties kunnen een grote rol spelen in de totstandkoming van innovatie ten opzichte van de integratie van nieuwkomers. 'Integratie' op zichzelf is een zeer complex begrip. Uit dit onderzoek is gebleken dat innovatie ten behoeve van de integratie van nieuwkomers de volgende stap is om het integratiebeleid in Nederland positief te ontwikkelen. Praktisch gezien geeft dit onderzoek inzicht hoe in Nederland door bestuurlijke en maatschappelijke organisaties omgegaan moet worden met religieuze en levensbeschouwelijke organisaties zodat innovatie ten opzichte van activiteiten en projecten ten behoeve van de integratie van nieuwkomers groeit. Ook geeft dit onderzoek het belang aan van samenwerking met religieuze en levensbeschouwelijke organisaties om de integratie van nieuwkomers te bevorderen. Dit onderzoek 'Innovatie en integratie verbinden' is praktisch gezien een advies op het gebied van beleidvorming over hoe religieuze en levensbeschouwelijke organisaties innovatie en integratie kunnen verbinden.



## 6. Conclusie: Religie als verbinding tussen innovatie en integratie

De conclusie zal antwoord geven op de hoofdvraag:

*Hoe kan maatschappelijke activatie van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties gestimuleerd worden ten behoeve van de integratie van nieuwkomers?*

Maatschappelijke activatie kan gestimuleerd worden door het creëren van gelijkheid en ruimte in de eigen religieuze of levensbeschouwelijke organisatie en in de maatschappij. Ruimte en gelijkheid gaan over het participeren, delen en samen werken in de eigen organisatie en in de maatschappij. Kortom: maatschappelijke activatie van een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie betekent het participeren, delen en samenwerken vanuit de eigen religieuze of levensbeschouwelijke organisaties, eventueel samen met andere religieuze of levensbeschouwelijke organisaties, maatschappelijke organisaties of bestuurlijke organisaties, ten behoeve van maatschappelijke uitdagingen. Wanneer een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie samenwerkt met andere organisaties ten behoeve van een maatschappelijke uitdaging, zoals de integratie van nieuwkomers, dan kan dat leiden tot maatschappelijke innovatie. Het stimuleren van maatschappelijke innovatie is mogelijk door het organiseren van ontmoetings-, netwerk-, en samenwerkingsbijeenkomsten door een religieus neutrale organisatie.<sup>125</sup> De kenmerken van maatschappelijke activatie en innovatie zijn dat de religieuze of levensbeschouwelijke organisatie een interne actieve organisatie heeft, gebaseerd op een gedeelde intrinsieke religieuze motivatie. Actief zijn op basis van een gedeelde religieuze passie leidt tot een open en positieve houding naar de maatschappij, wat nodig is om als organisatie maatschappelijke actief te zijn.

Niet alleen maatschappelijk actieve religieuze en levensbeschouwelijke organisaties dragen bij aan de integratie van nieuwkomers. Op drie verschillende niveaus wordt door religieuze en levensbeschouwelijke organisaties bijgedragen hieraan:

### 1. Een actieve religieuze of levensbeschouwelijke organisatie

Wanneer een nieuwe Nederlander zich aansluit bij een religieuze of levensbeschouwelijke organisatie, kan dit bijdragen aan de sociale en culturele integratie. Een sociaal en persoonlijk netwerk geeft vertrouwen, kracht, positiviteit en ondersteuning. Een persoonlijk netwerk draagt bij aan participatie in de samenleving en de eigen verantwoordelijkheid, omdat het de eigen identiteit, dienstbaarheid en normen en waarden ontwikkelt. Sociale integratie kan door het sociaal netwerk leiden tot andere vormen van integratie, zoals integratie op de arbeidsmarkt of in de maatschappij.

### 2. Een maatschappelijk actieve religieuze of levensbeschouwelijke organisatie

Religieuze en levensbeschouwelijke organisaties dragen bij aan de integratie van nieuwkomers, wanneer zij dienstbaar zijn voor de maatschappij. Het is mogelijk dat nieuwkomers op deze manier baat hebben bij de religieuze of levensbeschouwelijke organisaties, omdat zij gebruik kunnen maken van de diensten. Sommige activiteiten of projecten zijn ook specifiek gericht op nieuwkomers. Het kan bijvoorbeeld voorkomen dat een religieuze organisatie taallessen voor de eigen achterban en de maatschappij aanbiedt. Het is voor de nieuwkomer mogelijk om hiervan gebruik van te maken.

---

<sup>125</sup> Zoals een gemeente, de overheid, maatschappelijke organisaties of bedrijven.

### 3. Een maatschappelijk innovatieve religieuze of levensbeschouwelijke organisatie

Interreligieuze samenwerking is de basis van innovatieve activiteiten en projecten voor de integratie van nieuwkomers. Integratie van nieuwkomers is een actuele en complexe uitdaging. Des te complexer een situatie, des te meer creativiteit nodig is om dit op te lossen. Creativiteit betekent verandering en vernieuwing door verschillende inzichten. Creativiteit ontstaat wanneer personen met diverse inzichten samen werken aan één uitdaging. Inzichten van vertegenwoordigers van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties bestaan niet alleen uit de levensbeschouwelijke achtergrond, maar ook uit talenten, beroepen en het sociaal kapitaal. De vertegenwoordigers die deelnemen aan een samenwerkingsverband doen dit allemaal als vertegenwoordiger van de (religieuze of levensbeschouwelijke organisatie) waar zij onderdeel van zijn. De diversiteit in een samenwerkingsverband zorgt dat creativiteit waarde krijgt en in de praktijk geïmplementeerd kan worden. Het in de praktijk brengen van een creatief idee is innovatie.

Kortom, zowel een actieve, maatschappelijk actieve en maatschappelijk innovatieve religieuze of levensbeschouwelijke organisatie kan bijdragen aan de integratie van nieuwkomers. Innovatie ten opzichte van de integratie van nieuwkomers is echter het meest wenselijk. Innovatieve activiteiten en projecten zijn over het algemeen een simpele oplossing met een groot effect. Ook kost innovatie van integratie relatief weinig financieel kapitaal, maar vooral sociaal kapitaal. De kosten zijn over het algemeen lager, omdat innovatie een experiment is. Experimenten beginnen zonder enige vooronderzoeken die zekerheid moeten geven over de gewenste uitkomst.

Maatschappelijke activatie kan niet direct gestimuleerd worden, maar wel indirect door het creëren van ruimte en gelijkheid. Maatschappelijke innovatie kan echter wel gestimuleerd worden door het organiseren van ontmoeting-, netwerk-, en samenwerkingsbijeenkomsten. Directe stimulans van maatschappelijke activatie is niet mogelijk, omdat religieuze en levensbeschouwelijke organisaties zelf de wil en initiatief moeten hebben om maatschappelijk actief te zijn en om bij te dragen aan de integratie van nieuwkomers. Ruimte en gelijkheid in de maatschappij zijn daarom de randvoorwaarden voor maatschappelijke activatie, omdat ruimte en gelijkheid het participeren, delen en samenwerken van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties in de maatschappij stimuleren. Het is van belang dat deze ruimte en gelijkheid wordt vergroot in bestuurlijke organisaties, maatschappelijke organisaties, het onderwijs en de media. In elk van deze domeinen komt de ongelijkheid en het gebrek aan ruimte van religie, cultuur en etniciteit naar voren. De aanpak hiervan is niet alleen van belang voor de stimulering van maatschappelijke activatie van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties, maar ook voor de integratie van nieuwkomers.

Tot slot, religieuze en levensbeschouwelijke organisaties hebben de mogelijkheid om innovatie en integratie met elkaar te verbinden. Zelfs zonder innovatief element is de kans groot dat religieuze en levensbeschouwelijke organisaties bijdragen aan de integratie van nieuwkomers. Maatschappelijke activatie kan nog niet beschouwd worden als een beleidstheorie zoals sociale activering, omdat beleid op basis van subsidie geen gelijkheid en ruimte biedt aan initiatieven. Wanneer de gemeente of overheid maatschappelijke activatie als beleidstheorie zou willen gebruiken, zal voor de juiste toepassing een verandering in uitvoering van beleid (faciliteren) bij gemeentelijke- en overheidsinstanties moeten plaatsvinden.





## 7. Aanbeveling

De eerste aanbeveling voor verder onderzoek gaat in op de discrepantie tussen maatschappelijke activatie en beleid. In de conclusie is aangekaart dat beleid (in de huidige betekenis van het woord) over maatschappelijke activatie niet stimulerend zal werken. Beleid is een machtsmiddel van de overheid om invloed te hebben op de maatschappij. Beleid als machtsmiddel creëert ongelijkheid en beleid als regulatief kader beperkt de ruimte. In de toekomst zal verder onderzoek over de implementatie van maatschappelijke activatie (faciliteren) vanuit bestuurlijke organisaties van belang zijn. In het kader van de participatiesamenleving is maatschappelijke activatie als beleidstheorie een relevante aanbeveling.

Een tweede aanbeveling gaat over religie en levensbeschouwing in de maatschappij. In de toekomst moet meer aandacht worden besteed aan onderzoek over de negatieve houding van religie en levensbeschouwing en de integratie van nieuwkomers in de Nederlandse maatschappij. Het is van belang onderzoek te doen hoe dit kan veranderen naar een positieve houding. Op verschillende domeinen zou onderzoek toegespitst kunnen worden: overheid, onderwijs, media, wetenschap, enzovoorts. Een verandering in houding tegenover religie in Nederland zal bijdragen aan ruimte en gelijkheid voor religie. De negatieve tendens over religie heeft negatieve gevolgen op het gebied van de integratie van nieuwkomers. Deze aanbeveling tot verder onderzoek zal invloed hebben op de integratie van nieuwkomers. In de toekomst zal de uitdaging van de integratie van nieuwkomers niet minder relevant worden, waardoor het essentieel is om vanuit de wetenschap op dit gebied een positieve bijdrage te leveren.

Tot slot een kleine kanttekening over de tweede aanbeveling. Ook de wetenschap heeft invloed in hoeverre positief of negatief naar religie en nieuwkomers wordt gekeken. Deze beeldvorming ontstaat bij het kiezen van een onderwerp. Het is belangrijk om in de toekomst vanuit de wetenschap een positieve insteek te hebben in onderwerpen als religie en integratie. Onderzoek naar de criminaliteit van nieuwkomers draagt bij aan negatieve beeldvorming over nieuwkomers. Onderzoek naar de vergroening van de maatschappij door nieuwkomers draagt bij aan een positief beeld over nieuwkomers.



## 8. Literaturopgave

Aslander, M. & Witteveen, E. (2016). Een Beetje Nooit Af. Amsterdam/Antwerpen: Business Contact.

Aslander, M. & Witteveen, E. (2016). Nooit Af. Amsterdam/Antwerpen: Business Contact.

Baldewsingh, R. (2015). Hoofdlijnenbrief integratie. Website:  
<https://denhaag.raadsinformatie.nl/modules/13/Overige%20bestuurlijke%20stukken/83463>.

Bannink, D. (2013). Het managen van activering: een dubbele uitdaging. Uit: Bouwplaats lokale verzorgingsstaat: wetenschappelijke reflecties op de decentralisaties in de sociale zekerheid en zorg. Den Haag: Boom Juridische Uitgevers.

Berlo, van, D. (2012). Wij, de overheid: cocreatie in de netwerksamenleving. Boom Lemma.

De Wet Inburgering. Website: [http://wetten.overheid.nl/BWBR0020611/2014-03-29#Hoofdstuk2\\_Artikel3](http://wetten.overheid.nl/BWBR0020611/2014-03-29#Hoofdstuk2_Artikel3) (bezocht op 10-8-2017).

De Zwart, F. (2011). Het systeem van etnische categorieën in Nederland: Onbedoelde gevolgen van institutionalisering. In: Migrantenstudies. Jaargang 27, nummer 1, pp.2-21.

Foner, N. & Alba, R. (2008). Immigrant religion in the Us and Western Europe: Bridge or barrier to inclusion? In: International Migration Review. Jaargang 42, nummer 2. Wiley Online Librart, pp.360-392.

Ghorashi, H. (2006). Paradoxen van culturele erkenning: Management van Diversiteit in Nieuw Nederland. Faculteit der Sociale Wetenschappen, Vrije Universiteit Amsterdam.

Janssen, J., Kregting, J. & A.P.J. Berns. (2007). Opvattingen over het maatschappelijk belang van religie. In: Religie en Samenleving. Jaargang 1, nummer 1. Amsterdam: Parthenon, pp.42-58.

Jones, S. R. & McEwen, M. K. (2000). A Conceptual Model of Multiple Dimensions of Identity. In: Journal of College Student Development. Jaargang 41, nummer 4.

Keurtjes, S. (2012). En we noemen het activatie: een explorerend onderzoek naar wat activatie is, hoe het tot stand komt en wat een organisatie als Incubate daarmee kan doen. Masterscriptie Universiteit Tilburg.

Kooten, van T. (2011). Kerk en fiscus: de zilveren koorden te nauw aangehaald? Uit: Overheid, recht en religie, van Broeksteeg H. & Terlouw, A. Deventer: Kluwer.

Leadbeater, C. (2009). We-Think: Delen - Creëren - Innoveren. Sdu uitgevers bv.

Noordegraaf, M. (2008). Management in het publieke domein: issues, instituties en instrumenten. Bussum: Uitgeverij Coutinho.

Pennen, van der T. (2003). Sociale activering: een brug tussen uitkering en betaalde arbeid. Sociaal Cultureel Planbureau Den Haag.

Putnam, R. D. (2000). Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. Simon&Schuster.

Rijkschroeff, R. & Duyvendak, J. W. (2004). De omstrede betekenis van zelforganisaties. In: Sociologische gids. Jaargang 51, nummer 1. Boom Lemma Tijdschriften.

Duyvendak, J.W. & Rijkschroef, R. (2004). De bronnen van het integratiebeleid. In: Sociologische Gids. Jaargang 51, pp.3-17.

Robinson, K. (2001). Out of our minds: learning to be creative. Capstone Publishing Ltd.

Ryan, R.M. & Deci, E.L. (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. In: Contemporary Educational Psychology. Jaargang 25. University of Rochester, pp. 54–67.

Stark, R. & Finke, R. (2000), Acts of Faith: explaining the human side of religion. University of California Press.

Stokkum, van B.A.M. (2011). Religie, criminaliteit en geweld: ambivalente bevindingen. In: Tijdschrift voor Religie, Recht en Beleid, pp. 23-36.

Thiel, van S. (2014). Research Methods in Public Administration and Public Management. New York: Routledge.

Vellenga, S. & Wiegers, G. (2011). Religie, binding en polarisatie: De reacties van de leiding van levensbeschouwelijke organisaties op islam-kritische uitingen. Wetenschappelijk Onderzoek- en Documentatiecentrum, Ministerie Veiligheid en Justitie. Universiteit van Amsterdam.





## 9. Bijlagen

### 9.1. Interviewguide

- eigen introductie
- akkoord met opnemen
- anoniem
- er bestaan geen foute antwoorden
- een uitgeschreven versie zal ik nasturen ter controle

#### Introductie participant

##### De organisatie

Wat betekent het om onderdeel te zijn van de organisatie?

Wat voor een activiteiten organiseren jullie en hoe ontstaan deze?

Waarom bent u lid van een organisatie en waarom doet u actief hierin mee?

Is uw organisatie actief? Zo ja, voor wie en door wie?

Vanuit welke behoefte uit de samenleving bestaat de organisatie?

Waarvan is de organisatie afhankelijk, als het gaat om (voort)bestaan?

Hoe belangrijk is geld in onafhankelijkheid?

Is de organisatie aan het groeien? Waarom wel, waarom niet?

Is de organisatie dynamisch?

##### Ruimte

Is er veel ruimte voor het creëren en uitvoeren van de eigen ideeën in de organisatie?

Heeft de organisatie genoeg ruimte in Den Haag en de samenleving om ideeën uit te voeren of activiteiten te organiseren?

Is er creativiteit?

##### Samenwerking

Zijn er ook activiteiten samen met andere religieuze of maatschappelijke organisaties?

(Samenwerken, delen of participeren)

Hoe kijkt de gemeente Den Haag volgens u tegenover samenwerking tussen gemeente en organisatie?

Hoe is de samenwerking tussen alle religies in Den Haag onderling?

##### Wenselijke situatie

Van de eigen organisatie

Van de rol van religie en zingeving in Nederland/ Den Haag

Houding gemeente Den Haag met betrekking tot religie en zingeving

Hoe zijn deze situaties te bereiken?

Welke rol is hierin weggelegd voor religieuzen en levensbeschouwelijke organisaties?

##### Overig

In hoeverre worden religies in Den Haag/Nederland gelijk behandeld?

Wat zou u ervan vinden als de gemeente helemaal niks meer met religie te maken willen hebben?

Zijn er thema's of onderwerpen in Den Haag waar jullie als organisatie aan willen bijdragen?

Hebben jullie activiteiten of projecten met nieuwkomers?

## 9.2. Codeboek

Aantal codes: 58

Stichting	Bottom up
Openheid	Intrinsieke motivatie
Onafhankelijkheid	Negativiteit religie
Participeren	Media
Eigen locatie	Verkeerd beeld van religie
Angst	Discriminatie
Weerbaarheid	Het woord religie verhindert projecten
(On)gelijkheid	Interreligieus netwerk
Bruggenbouwen	Interreligieuze samenwerking
Voorbeeldfunctie	Interreligieuze, maatschappelijke en bestuurlijke samenwerking
Creativiteit	Draagvlak
Ideeën	Financiering van projecten
Onderwijs	Overheid en gemeente
Lokaal niveau	Ontmoetingsbijeenkomsten
Vrijheid van religie	Integratie
Identiteit	Aandacht voor religie
Meerstemmigheid	
Ruimte vanuit gemeente en overheid	
Ruimte in...	
Terugtrekken binnen eigen gemeenschap	
Scheiding religie en staat	
Vooroordelen	
Hokjes en labels	
Praat met elkaar	
Eenheidsdenken	
Verdeeldheid	
Religie als verbinding	
Expertise	
Maatschappelijke rol religies	
Religieuze activiteiten of projecten	
Maatschappelijke activiteiten of projecten	
Projecten met nieuwkomers	
Management en regels	
Faciliteren door gemeente	
Subsidie	
Bonding	
Sociaal kapitaal	
Groeien	
Blijven veranderen	
Blijven leren	
Jongeren	

### 9.3. Codeboom

Kenmerken maatschappelijke activatie:

#### 1. Gedeelde religieuze intrinsieke motivatie

**Bestaat uit de codes:**

- Intrinsieke motivatie
- Religie als verbinding
- Verdeeldheid
- Blijven leren
- Bottom up

**Deze codes staan in verband met:**

- Maatschappelijke rol religies
- Blijven veranderen
- Angst
- Ongelijkheid

#### 2. Activatie

**Bestaat uit de codes:**

- Participeren
- Religieuze activiteiten of projecten
- Bonding
- Sociaal kapitaal
- Groeien
- Blijven veranderen
- Jongeren
- Eigen locatie
- Stichting
- Onafhankelijkheid

**Deze codes staan in verband met:**

- Blijven leren
- Religie als verbinding
- Financiering van projecten

#### 3. Maatschappelijke activatie

**Bestaat uit de codes:**

- Openheid
- Praat met elkaar
- Ontmoetingsbijeenkomsten
- Expertise
- Maatschappelijke rol religies
- Maatschappelijke activiteiten of projecten
- Lokaal niveau

**Deze codes staan in verband met:**

- Mee veranderen
- Interreligieuze, maatschappelijke en bestuurlijke samenwerking
- Bonding

#### 4. Maatschappelijke innovatie

**Bestaat uit de codes:**

- Interreligieuze samenwerking
- interreligieuze, -maatschappelijke en/of bestuurlijke samenwerking
- Creativiteit
- Ideeën
- Draagvlak
- Voorbeeldfunctie
- Buiten de hokjes denken
- Eenheidsdenken
- Bruggenbouwen
- Projecten met nieuwkomers
- Integratie

**Deze codes staan in verband met:**

- Sociaal kapitaal
- Religie als verbinding
- Verdeeldheid
- Bonding
- Bottom up
- Expertise

## Randvoorwaarden maatschappelijke activatie:

### 1. Invloed van angst

**Bestaat uit de codes:**

- Angst
- Terugtrekken binnen de gemeenschap
- Negativiteit religie
- Verkeerd beeld van religie
- Vooroordelen
- Weerbaarheid

**De codes staan in verband met:**

- Openheid
- Praat met elkaar
- Ruimte
- Gelijkheid

### 2. Ruimte

**Bestaat uit de codes:**

- Ruimte vanuit gemeente en overheid
- Overheid en gemeente
- Management en regels
- Subsidie
- Scheiding religie en staat
- Financiering van projecten
- Faciliteren door gemeente
- Ruimte in...

**Deze codes staan in verband met:**

- Creativiteit
- Eigen locatie
- Stichting
- Bottom up
- Intrinsieke motivatie
- Onderwijs
- Eenheidsdenken
- Praat met elkaar

### 3. Gelijkheid

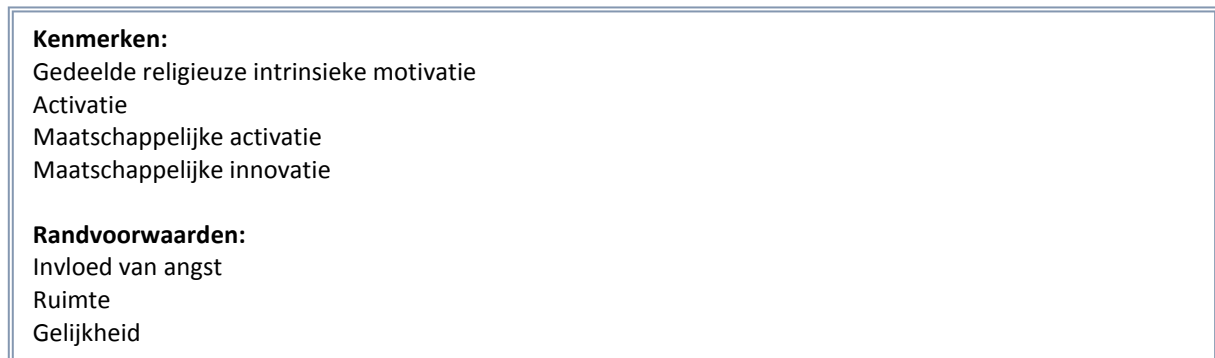
**Bestaat uit de codes:**

- (On)gelijkheid
- Het woord religie verhindert projecten
- Vrijheid van religie
- Discriminatie
- Identiteit
- Meerstemmigheid
- Onderwijs
- Media
- Aandacht voor religie

**Deze codes staan in verband met:**

- Onafhankelijkheid
- Openheid
- Integratie
- Negativiteit religie
- Verkeerde beeldvorming
- In hokjes denken
- Vooroordelen

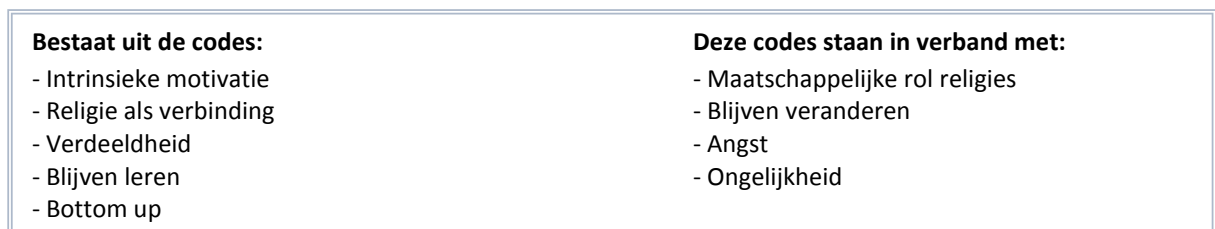
## 9.4. Lijst van figuren



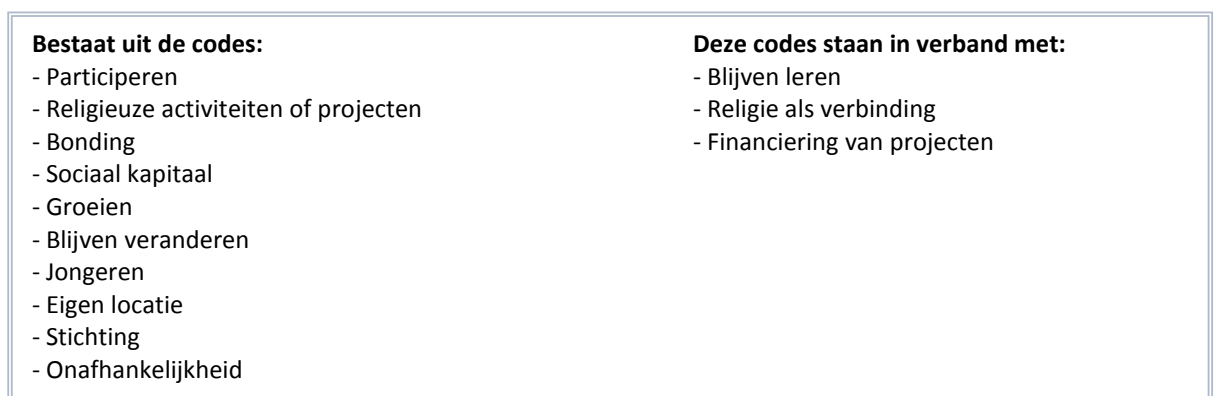
Figuur 1: Kenmerken en randvoorwaarden



Figuur 2: verband overkoepelende categorieën



Figuur 3: Codes van de categorie 'gedeelde religieuze intrinsieke motivatie'



Figuur 4: Codes van de categorie 'activatie'

<p><b>Bestaat uit de codes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Openheid</li> <li>- Praat met elkaar</li> <li>- Ontmoetingsbijeenkomsten</li> <li>- Expertise</li> <li>- Maatschappelijke rol religies</li> <li>- Maatschappelijke activiteiten of projecten</li> <li>- Lokaal niveau</li> </ul>	<p><b>Deze codes staan in verband met:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mee veranderen</li> <li>- Interreligieuze, maatschappelijke en bestuurlijke samenwerking</li> <li>- Bonding</li> </ul>
---	--

*Figuur 5: Codes van de categorie 'maatschappelijke activatie'*

<p><b>Bestaat uit de codes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Interreligieuze samenwerking</li> <li>- interreligieuze, -maatschappelijke en/of bestuurlijke samenwerking</li> <li>- Creativiteit</li> <li>- Ideeën</li> <li>- Draagvlak</li> <li>- Voorbeeldfunctie</li> <li>- Buiten de hokjes denken</li> <li>- Eenheidsdenken</li> <li>- Bruggenbouwen</li> <li>- Projecten met nieuwkomers</li> <li>- Integratie</li> </ul>	<p><b>Deze codes staan in verband met:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sociaal kapitaal</li> <li>- Religie als verbinding</li> <li>- Verdeeldheid</li> <li>- Bonding</li> <li>- Bottom up</li> <li>- Expertise</li> </ul>
--	--

*Figuur 6: Codes van de categorie 'maatschappelijke innovatie'*

<p><b>Bestaat uit de codes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Angst</li> <li>- Terugtrekken binnen de gemeenschap</li> <li>- Negativiteit religie</li> <li>- Verkeerd beeld van religie</li> <li>- Vooroordelen</li> <li>- Weerbaarheid</li> </ul>	<p><b>De codes staan in verband met:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Openheid</li> <li>- Praat met elkaar</li> <li>- Ruimte</li> <li>- Gelijkheid</li> </ul>
---	---

*Figuur 7: Codes van de categorie 'invloed van angst'*

<p><b>Bestaat uit de codes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ruimte vanuit gemeente en overheid</li> <li>- Overheid en gemeente</li> <li>- Management en regels</li> <li>- Subsidie</li> <li>- Scheiding religie en staat</li> <li>- Financiering van projecten</li> <li>- Faciliteren door gemeente</li> <li>- Ruimte in...</li> </ul>	<p><b>Deze codes staan in verband met:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Creativiteit</li> <li>- Eigen locatie</li> <li>- Stichting</li> <li>- Bottom up</li> <li>- Intrinsieke motivatie</li> <li>- Onderwijs</li> <li>- Eenheidsdenken</li> <li>- Praat met elkaar</li> </ul>
---	--

*Figuur 8: Codes van de categorie 'ruimte'*

**Bestaat uit de codes:**

- (On)gelijkheid
- Het woord religie verhindert projecten
- Vrijheid van religie
- Discriminatie
- Identiteit
- Meerstemmigheid
- Onderwijs
- Media
- Aandacht voor religie

**Deze codes staan in verband met:**

- Onafhankelijkheid
- Openheid
- Integratie
- Negativiteit religie
- Verkeerde beeldvorming
- In hokjes denken
- Vooroordelen

*Figuur 9: Codes van de categorie 'gelijkheid'*

