



Universiteit
Leiden
The Netherlands

In de klas met kompas: student agency als leidinggevend principe in het voortgezet onderwijs

Schoots-Snijder, A.J.M.

Citation

Schoots-Snijder, A. J. M. (2026, March 10). *In de klas met kompas: student agency als leidinggevend principe in het voortgezet onderwijs*. ICLON PhD Dissertation Series. Retrieved from <https://hdl.handle.net/1887/4296996>

Version: Publisher's Version

License: [Licence agreement concerning inclusion of doctoral thesis in the Institutional Repository of the University of Leiden](#)

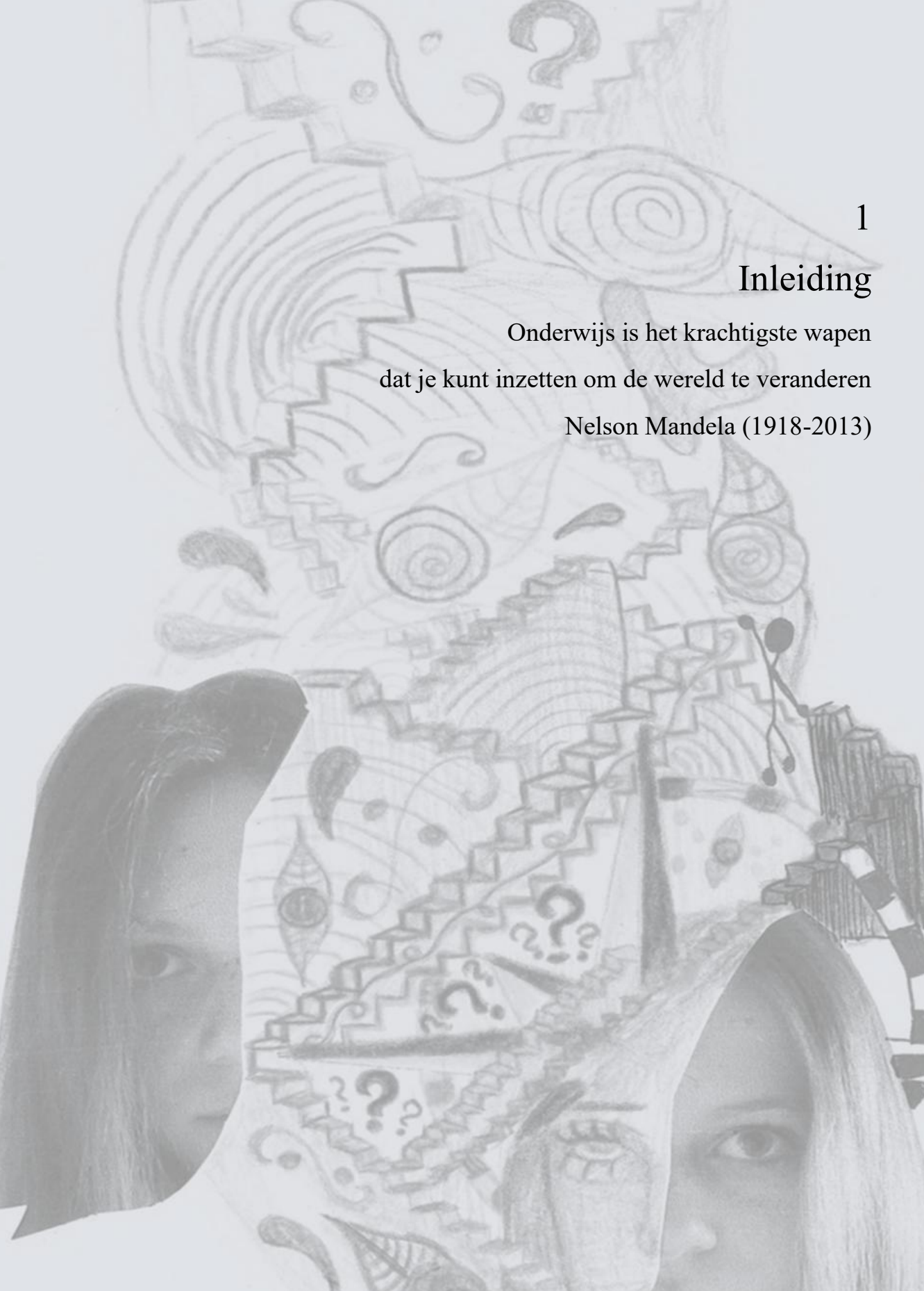
Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/4296996>

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).

Inleiding

Onderwijs is het krachtigste wapen
dat je kunt inzetten om de wereld te veranderen

Nelson Mandela (1918-2013)



1 Inleiding

Goed onderwijs ondersteunt jongeren in hun ontwikkeling tot zelfbewuste, veerkrachtige en betrokken mensen. Dit betekent niet alleen leren functioneren in de maatschappij zoals die is, maar ook leren hoe je deze kritisch bevraagt en positief kunt beïnvloeden. Zo leren leerlingen keuzes te maken die bijdragen aan hun eigen welzijn en dat van anderen, waardoor de samenleving als geheel floreert (OECD, 2019a; Unesco, 2021).

Tegen deze achtergrond wordt *student agency* internationaal gezien als een belangrijk richtinggevend principe in curriculumontwikkelingen (OECD, 2019a; UNESCO, 2021). Het gaat hierbij om het ontwikkelen van het vermogen van leerlingen om richting te geven aan hun eigen leren en leven, in relatie tot anderen en de wereld om hen heen. *Student agency* wordt daarnaast beschouwd als essentieel voor de leerprestaties en het welzijn van leerlingen (Anderson et al. 2019; Burger & Walk, 2016; Nota et al., 2011; Walls & Little, 2005).

Inbedding van *student agency* in het curriculum vraagt om een helder begrip van wat *student agency* is en hoe het zich ontwikkelt in interactie met de omgeving. Deze inleiding start bij het concept *human agency* als richtinggevend doel en verkent vervolgens hoe *student agency* de opstap vormt naar *human agency*. Ten slotte lichten we het belang van onderzoek naar *student agency* binnen de context het voortgezet onderwijs verder toe, als basis voor deze dissertatie.

1.1 Wat is human agency?

De literatuur over *student agency* is vaak gefundeerd op eerdere studies naar *human agency*. In deze literatuur wordt *human agency* beschreven als de wil en het vermogen van mensen om bewust en intentioneel richting te geven aan hun handelen en hun toekomst (o.a. Ahearn, 2001; Bandura, 2001; Brown & Westaway, 2011; Elder, 1994; Emirbayer & Mische, 1998; Frazier et al., 2021). Volgens Emirbayer en Mische (1998) worden de keuzes die een *agent*

maakt beïnvloed door ervaringen uit het verleden en een perspectief op de toekomst. Een mens heeft volgens hen, in meer of mindere mate, het vermogen om een gewenst toekomstbeeld te visualiseren en alternatieven af te wegen. Vervolgens handelt de *agent* in overeenstemming met het gekozen alternatief en stuurt bij waar nodig. Soms heeft het verleden meer gewicht en handelt de *agent* in overeenstemming met gewoontepatronen. Soms heeft het gewenste toekomstperspectief meer gewicht en worden bestaande patronen doorbroken. Stern (2000) ziet juist dat doorbreken van het bestaande als *agency*. Ook al worden mensen gevormd en beïnvloed door de omgeving, een *agent* kan volgens Stern (2000) als gevolg van reflectief bewustzijn zichzelf onderzoeken en desgewenst een verandering teweegbrengen: in zichzelf of in de omstandigheden waarin de *agent* verkeert. Een effectieve transformatie bewerkstelligen, dat wil zeggen handelen in overeenstemming met een gewenst doel, vraagt allereerst om bewustzijn van de eigen normen en waarden, verlangens en gevoelens en vervolgens om een coherent redeneringsvermogen om vast te stellen wat gedaan moet worden, waarom en hoe (Ahearn, 2001; Clare, 2009; Frazier et al., 2021; Tollefsen, 2004). Effectiviteit is een belangrijk aspect van *agency*. Het woord *agency* stamt etymologisch af van het Latijnse *agentia* en *agentem*, wat duidt op effectief, krachtig, in beweging brengen, handelen of presteren (etymonline.com., z.d.).

Bandura (2001; 2006), als grondlegger van de sociaal-cognitieve theorie, onderscheidt vier kenmerken (features) van *agency* met daaraan ten grondslag drie pijlers (foundations). De vier kenmerken van *agency* zijn *intenties*, *vooruitdenken*, *zelfregulerend handelen* en *reflecteren*. *Intenties* verwijst naar een gewenst toekomstperspectief en de wil om deze te realiseren. Dit wordt vervolgens vertaald naar een concreet plan (*vooruitdenken*). *Zelfregulerend handelen* betekent dat iemand handelt in overeenstemming met de intenties en plannen. *Reflecteren* heeft betrekking op het onderzoeken van het eigen functioneren en alternatieven bedenken als iets niet lukt. Deze kenmerken worden beïnvloed door drie pijlers: *waarden/moreel kompas*, *vertrouwen in eigen kunnen* en *bewustzijn*. *Waarden/moreel kompas* verwijst naar wat mensen belangrijk vinden en het besef van goed en kwaad. *Vertrouwen in*

eigen kunnen betreft het geloof in het eigen vermogen om gewenste doelen waar te maken. *Bewustzijn* heeft betrekking op de informatieverwerkingsprocessen, het vermogen tot aandacht geven en het opmerken van eigen gedachten en gevoelens. Met deze pijlers en kenmerken van *agency* geeft een mens richting en betekenis aan het eigen bestaan, wat een gevoel van voldoening oplevert (Bandura, 2001; 2018). Hoewel veel onderzoek naar *agency* zich richt op individuen, benadrukt Bandura (2006; 2018) dat *agency* zich manifesteert door interactie met de omgeving, door een adequate benutting van hulpmiddelen uit de omgeving en door samenwerking met anderen.

1.2 Van student agency naar human agency

De *agency* die leerlingen ontwikkelen in het voortgezet onderwijs, is een opmaat voor *human agency*. De puberteit is een belangrijke fase in de ontwikkeling van *agency*, omdat leerlingen in deze periode hun overtuigingen ontwikkelen, alsmede de benodigde *agency* vaardigheden (o.a. Eccles, 2008; Frankel et al., 2019), zoals het hierboven beschreven reflectievermogen, redenerievermogen, het bewustzijn van de eigen normen en waarden en het vermogen daarnaar te kunnen handelen. Lin en Chen (2020) beschrijven *agency* als de propeller die de latente potentie van leerlingen helpt realiseren. Onderwijs dat inzet op het bevorderen van *agency* biedt leerlingen de mogelijkheid zichzelf te leren kennen, hun potentieel te verwezenlijken en te ontdekken hoe zij kunnen bijdragen aan een betere samenleving (Frankel et al., 2019; Gale et al., 2022; Stetsenko, 2019).

Student agency wordt veelal gedefinieerd als de wil en het vermogen om invloed uit te oefenen op het eigen leerproces en de leeromgeving (o.a. Charteris, 2015b; Deakin-Crick et al., 2015; Garcia et al., 2015; McCombs & Marzano, 1990). Vanuit dit perspectief leren leerlingen hun leer-ervaringen te structureren, gebaseerd op hun interesse, intenties en besef van de waarde van wat geleerd wordt (De Lissovoy, 2012; Vaughn, 2020b). Als leerlingen in dat leerproces hun ideeën en behoeften leren uiten, zullen zij als volwassenen tot datzelfde in staat zijn (Rector-Aranda & Raider-Roth, 2015). In het onderwijs

zouden leerlingen bovendien al ervaringen moeten opdoen waarmee zij ontdekken dat ze, samen met anderen, maatschappelijke vraagstukken kunnen oplossen (Engeström & Sannino, 2010). Zo leren zij al op jonge leeftijd hun creativiteit en vermogens inzetten om een positieve verandering in hun omstandigheden teweeg te brengen (Matusov et al., 2016; Stetsenko, 2019).

Naast deze positieve benadering van *agency*, is het volgens anderen ook mogelijk dat *agency* van leerlingen ertoe kan leiden dat zij zich juist afkeren van het leren op school, bijvoorbeeld als zij de waarde niet inzien van de leerstof (Charteris, 2013; Godwin & Potvin, 2017; Heron, 2003; Leo et al., 2020). Dat is vooral een risico als de leeromgeving weinig ruimte laat voor leerlingen om eigen interesses en behoeften in te brengen en in hoofdzaak is gericht op het toetsen van kennis en vaardigheden en de voorbereiding daarop (Anderson et al., 2019; Boyte & Finders, 2016; Conrad & Andrews, 2023; Leo, 2023).

1.3 *Student agency* in de onderwijspraktijk

Ondanks het erkende belang van *student agency* ontbreekt in veel curriculumbeschrijvingen een coherente aanpak om de ontwikkeling ervan systematisch te stimuleren (OECD, 2019a). Dit is deels toe te wijzen aan de abstracte en inconsequente omschrijvingen van het concept (Nunes et al., 2022), waardoor het voor docenten lastig is om *agency* bij leerlingen te herkennen en te weten wat nodig is om de ontwikkeling ervan effectief te begeleiden (Matusov et al., 2016). Daarnaast wordt de kwaliteit van het onderwijs veelal afgemeten aan toetsresultaten, wat in de praktijk vaak leidt tot een eenzijdige focus op vakinhoud, wat het ontwikkelen van bredere leerdoelen, zoals *agency*, in de verdrukking brengt (Leo, 2023).

Om zowel beleidskeuzes als het dagelijks handelen in de klas te kunnen ondersteunen, is het van belang dat het concept *student agency* wordt geoperationaliseerd en wordt gekoppeld aan meetbare uitkomsten (Vaughn, 2020b). Hierdoor kan de ontwikkeling van *student agency* samengaan met het behalen van die beoogde uitkomsten. In de klas vereist dit, volgens Frazier et al. (2021), een balans tussen het bieden van ruimte en het aanbrengen van

structuur. Leerlingen kunnen immers niet altijd zelfstandig overzien welke kennis en vaardigheden belangrijk zijn. Begeleiding door de docent is essentieel om te voorkomen dat leerprestaties onder druk komen te staan en leerlingen essentiële kennis en vaardigheden zullen missen (Bahou, 2012; Frazier et al., 2021; Leo et al., 2020). Een te sterke sturing kan juist de ontwikkeling van *agency* ondermijnen. Dit kan resulteren in passiviteit of handelen vanuit beperkt bewustzijn, wat zowel de leerprestaties als de persoonlijke ontwikkeling van leerlingen schaadt (Anderson et al., 2019; Erss, 2025; Frazier et al., 2021; Garcia et al., 2015; Leo et al., 2020; Stewart, 2013).

Om de ontwikkeling van *student agency* te kunnen monitoren en begeleiden, is een concrete operationalisatie van het begrip nodig, evenals inzicht in de manier waarop docenten effectief kunnen aansluiten bij de ondersteuningsbehoeften van leerlingen (Brod et al., 2023; Martin, 2007; Vaughn, 2020b). Tevens is er behoefte aan een kwantitatief instrument om de relatie tussen *student agency* en het leerproces, de ontwikkeling ervan in de tijd en de effectiviteit van de docentbegeleiding te onderzoeken (Vaughn, 2020b). Het sociaal-cognitieve model van Bandura (2001) biedt een geschikt theoretisch kader voor de onderwijscontext (Koskela & Paloniemi, 2023) en is, volgens Martin (2004), bij uitstek geschikt om verder te worden ontwikkeld voor het begrijpen en meten van *student agency* in deze context. In deze studie is daarom het raamwerk van Bandura (2001) gehanteerd om *student agency* nader te definiëren en te operationaliseren.

1.4 Doel en opbouw van dit proefschrift

Deze dissertatie heeft als doel om het concept *student agency* in de context van het voortgezet onderwijs te definiëren en te onderzoeken. De focus in de operationalisatie is daarbij gericht op de leeraanpak van leerlingen. Hiermee kan *student agency* onderzocht worden in relatie tot uitkomsten van deze leeraanpak, namelijk leerprestaties, welzijn en spanning. We beogen daarbij de stem van leerlingen te includeren in het herkennen van *student agency* opdat docenten hun aanpak kunnen afstemmen op de ondersteuningsbehoeften van leerlingen. Bovendien beogen we, middels het ontwikkelen van een

kwantitatief instrument, bij te dragen aan de mogelijkheid tot longitudinaal onderzoek en onderzoek naar de effecten van interventies in de leeromgeving op de ontwikkeling van *student agency*. Tot slot is het doel van deze dissertatie om ontwerpprincipes te beschrijven voor een curriculum waarmee de ontwikkeling van *student agency* in bredere zin kan worden bevorderd: gericht op leren, persoonlijke ontwikkeling en de rol in de maatschappij.

Deze dissertatie bestaat uit vier deelstudies (Tabel 1.1). Het eerste onderzoek (hoofdstuk 2) richt zich op richtlijnen voor een curriculum-ontwerp ter bevordering van de ontwikkeling van *student agency*. Dit betreft een systematisch literatuuronderzoek, waarbij het curriculaire spinnenweb van Van den Akker (2006) en Bandura's (2001) begrip van *agency* dienden als raamwerk voor het coderen van de 86 empirische artikelen over *student agency* in de context van het voortgezet onderwijs.

Het tweede onderzoek (hoofdstuk 3) betreft de ontwikkeling en validatie van een quickscan waarmee leerlingen kunnen reflecteren op hun eigen *agency*. Dit onderzoek is het eerste onderzoek dat de relatie tussen de pijlers en kenmerken van *agency* zichtbaar maakt in één model, wat voor docenten relevant is, om te begrijpen wat de onderliggende redenen kunnen zijn voor het leergedrag van leerlingen.

Het derde onderzoek (hoofdstuk 4) beschrijft een mixed method onderzoek, waarbij kwantitatief onderzoek naar de relatie tussen *student agency*, leerprestaties, welzijn en spanning, gecombineerd is met interviews met leerlingen. Vier leerlingen die zichzelf kenmerken als *agent* maar die verschillende uitkomsten tonen op het gebied van leerprestaties, welzijn en spanning, zijn bevraagd op hun intenties, hun doelen en keuzes in hun leerproces.

Het vierde onderzoek (hoofdstuk 5) verklaart hoe *agency* zich manifesteert in leerlingen in relatie tot de uitkomsten leerprestaties, welzijn en spanning. Hierbij zijn elf profielen onderscheiden, die onderverdeeld kunnen worden in florerende, worstelende en afhakende manifestaties van *student agency*. Met dit onderzoek duiden we hoe docenten in kunnen spelen op deze verschillende

manifestaties, zodat zowel de *agency* ontwikkeling als leerprestaties en het welzijn van leerlingen ondersteund kunnen worden.

Hoofdstuk 6 geeft een samenvatting van deze dissertatie. Hierin wordt beschreven hoe het curriculum kan bijdragen aan de ontwikkeling van pijlers en kenmerken van *student agency*. Vervolgens wordt beschreven hoe pijlers de kenmerken van *student agency* beïnvloeden, in welke mate *student agency* voorspellend is voor leerprestaties, welzijn en spanningsreductie en hoe *student agency* zich manifesteert bij leerlingen in de scholen die deelnamen aan dit onderzoek. Ook worden belangrijke kwesties rondom deze uitkomsten bediscussieerd, limitaties besproken en aanbevelingen voor vervolgonderzoek gedaan.

Tabel 1.1

Overzicht van de studies

Studie	Onderzoeksvragen	Type	Instrumenten	Deelnemers	Analyses
1, hoofdstuk 2	Wat zijn richtlijnen voor een curriculum dat de ontwikkeling van <i>student agency</i> bevordert in het voortgezet onderwijs?	Systematische review	Analyse van empirische studies gericht op <i>student agency</i> in het voortgezet onderwijs	x	Twee iteraties, gebaseerd op twee theoretische concepten: Bandura's (2001) pijlers en kenmerken van <i>agency</i> en het curriculaire spinnenweb van Van den Akker (2006)
2, hoofdstuk 3	Op welke manier kan de perceptie van leerlingen van hun <i>agency</i> betrouwbaar en valide worden gemeten aan de hand van een beknopte vragenlijst, oftewel een <i>quickscan</i> ?	Kwantitatief onderzoek, facetontwerp-methode	Vragenlijst	637 leerlingen in het VO	Exploratieve factor-analyse met varimax rotatie en regressie-analyses
3, hoofdstuk 4	1. In welke mate zijn pijlers en kenmerken van <i>student agency</i> gerelateerd aan de leerprestaties van leerlingen? 2. In welke mate zijn pijlers en kenmerken van <i>student agency</i> gerelateerd aan het schoolwelzijn van leerlingen? 3. In welke mate zijn pijlers en kenmerken van <i>student agency</i> gerelateerd aan ervaren spanning van leerlingen?	Mixed method	Vragenlijst, interviews	1470 leerlingen in het VO, interviews met 4 leerlingen (contrasterende cases)	Stapsgewijze meervoudige regressieanalyses van de data en thematische analyse van de interviews
4, hoofdstuk 5	1. Welke <i>agency</i> profielen van leerlingen in relatie tot cijfers, welzijn en spanning kunnen worden onderscheiden? 2. In welke mate komen deze verschillende profielen voor in de onder- en bovenbouw van het voortgezet onderwijs?	Kwantitatief onderzoek	Vragenlijst	1470 leerlingen in het VO	Clusteranalyse

Kernwoorden: student agency, curriculum, agency profielen, leerprestaties, welzijn