

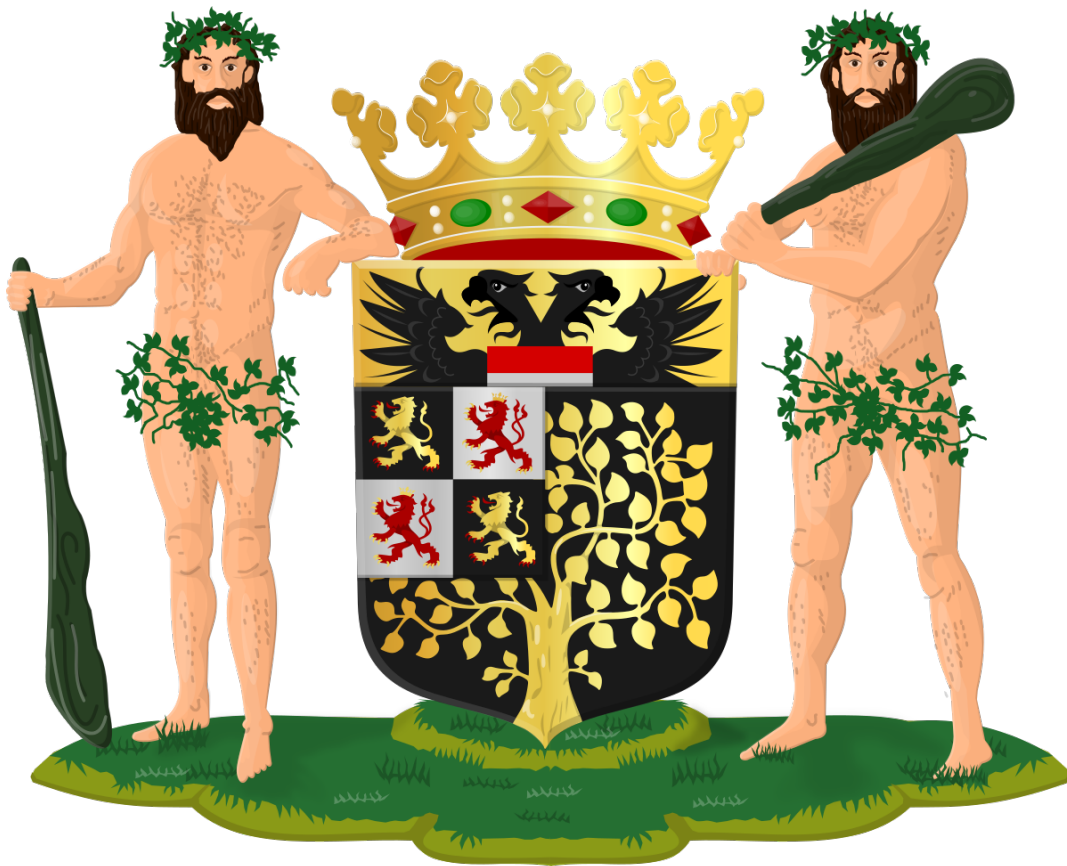


Masterthesis

“Ge voelt ’t of ge voelt ’t nie”

Een exploratief onderzoek naar de constructie van de Bossche identiteit

volgens jongvolwassen Bosschenaren



Lucas M. L. Verbunt – 9546689

12 april 2022

Aantal woorden: 10.649 (excl. bronvermelding, fragmenten en tabellen)

Eerste lezer: Drs. Emmeline Besamusca

Tweede lezer: Dr. Rena Zendedel

Op het voorblad is een afbeelding van de meest recente versie van het wapen van 's-Hertogenbosch te zien. Deze is in gebruik sinds 1999, toen de gemeente 's-Hertogenbosch fuseerde met de gemeente Rosmalen. Het wapen stamt echter al uit de Middeleeuwen en geeft beeld aan de geschiedenis van de stad sinds de twaalfde eeuw. Voor meer informatie over het wapen, zie Hoge Raad van Adel (1999)

Samenvatting

Het nationale identiteitsdebat staat in Nederland de laatste jaren hoog op de maatschappelijke agenda. Hoe sterker de wereld globaliseert en hoe cultureel diverser de Nederlandse samenleving wordt, hoe meer er gezocht wordt naar een identiteit die het nationale onderscheidt van het globale ('t Hart, 2017; De Hart & Versantvoort, 2019). Naarmate de aandacht voor het nationale groeit gaat de regio zich ook proberen te onderscheiden ('t Hart, 2017; De Hart, 2019; Vermeij & Schyns, 2019; Tiemeijer, 2021). Desondanks krijgt de regio opvallend weinig ruimte in het identiteitsdebat. Onderhavig onderzoek geeft de regio zijn welverdiende aandacht door op basis van straatinterviews en focusgroepen de constructie van de Bossche identiteit in kaart te brengen. Hiermee wordt tegelijkertijd de toepasbaarheid van algemene theorieën over (nationale) identiteitsconstructie getest in een regionale context. Onderhavig onderzoek legt de focus op jongvolwassen respondenten omdat zij opgegroeid zijn in een periode waarin regionale identiteit weer terrein heeft gewonnen ('t Hart, 2017). Bovendien hebben zij enkel de geglobaliseerde wereld als referentiekader en kunnen zij daardoor reflecteren op hedendaagse identiteitsconstructie zonder deze met vroeger te vergelijken (De Vries & Hoffman, 2016).

Uit onderhavig onderzoek is gebleken dat de respondenten liever niet spreken over dé Bossche identiteit, al beschrijven ze de Bosschenaren wel als een heterogeen collectief waar zij deel van uitmaken. Wat dit heterogeen collectief, ofwel deze ingroup, verbindt wordt enerzijds gerelateerd aan karakterisering en anderzijds aan verdichtingssymbolen. Dit komt overeen met de factoren die de literatuur beschrijft in relatie tot (nationale) identiteitsconstructie. Het feit dat de uitkomsten van het onderzoek veelal overeenkomen met de literatuur is opvallend aangezien het merendeel van de literatuur spreekt over identiteit en identiteitsconstructie in algemene of nationale zin. Deze vaststelling roept nieuwe, interessante vragen op die verder onderzoek behoeven. Als laatste impliceren de uitkomsten van het onderzoek dat regionale identiteit sterker aanwezig is bij de jongvolwassen respondenten dan hun nationale identiteit. In het nationale identiteitsdebat is een prominente plek voor de regio dan ook niet misstaand.

De resultaten van het onderzoek behoeven echter een kanttekening aangezien de respondenten geworven zijn uit het eigen netwerk. Het feit dat de respondenten uit een veelal zelfde hoek van de populatie kwamen vraagt om een zorgvuldige blik op de data en het bewustzijn dat de data niet te generaliseren is voor alle Bosschenaren. Toekomstig onderzoek zou kunnen voortbouwen op de notie dat algemene theorieën over (nationale) identiteitsconstructie zich staande houden in kleinere contexten en ditzelfde fenomeen testen in nog kleinere contexten, zoals bijvoorbeeld de gevoelde identiteit van een bedrijf of generatie.

Inhoudsopgave

1. Inleiding	06
2. Contextueel kader	07
2.1 De zoektocht naar nationale identiteit	07
2.2 Aandacht voor regionale identiteit	09
2.3 Zelfpresentatie van Bossche identiteit	10
2.4 Vraagstelling	11
3. Theoretisch kader	12
3.1 Identiteit	12
3.2 Ingroup vs outgroup	13
3.3 Nationale identiteit	13
3.4 Identiteitstoeschrijving	14
3.5 Identiteit en taal	15
3.6 Vraagstelling en wetenschappelijke relevantie	16
4. Methode	17
4.1 Dataverzameling	17
4.2 Respondenten	19
4.3 Procedure	20
4.4 Rol van de onderzoeker	21
4.5 Data-analyse straatinterviews	21
4.6 Data-analyse focusgroepen	21
4.6.1 Gecombineerde interactie- en inhoudsanalyse	22
4.6.2 Terminologie-analyse	22
4.6.3 Perspectiefanalyse	22
5. Resultaten	24
5.1 Straatinterviews	24
5.2 Focusgroepen	24
5.2.1 Interactie- en inhoudsanalyse	24
5.2.1.1 Wanneer voel je je een Bosschenaar?	25
5.2.1.2 Wanneer is iemand een Bosschenaar?	26
5.2.1.3 Dé Bossche identiteit?	28
5.2.2 Terminologie-analyse	29
5.2.2.1 Enkelvoudige voornaamwoorden	30
5.2.2.2 Meervoudige voornaamwoorden	31

5.2.2.3 Verwijswoorden	31
5.2.3 Perspectiefanalyse	33
6. Discussie	35
6.1 Collectieve identiteit of ingroup?	35
6.1 Invulling van de Bossche identiteit	36
6.1 Identiteit en taal	37
7. Conclusie en aanbevelingen	39
7.1 Conclusie	39
7.2 Terugblik	39
7.3 Suggesties voor vervolgonderzoek	40
Bronnenlijst	41
Bijlagen	48

Grafieken- en tabellenlijst

Grafieken

1. Enkelvoudige voornaamwoordconstructies; gespreksonderwerpen	30
2. Meervoudige voornaamwoordconstructies; gespreksonderwerpen	31
3. Antecedenten we/wij/ons	32
4. Antecedenten ze/zij	32
5. Contrasteringen	34

Tabellen

1. Interviewvragen straatinterviews	17
2. Demografische gegevens respondenten focusgroepen	20
3. Gebruikte talige constructies voor zoekopdrachten	22
4. Rangschikking elementen Bossche identiteit	30
5. Frequentie 'gewoon', 'natuurlijk' en 'normaal'	33
6. Overzicht bijlagen	48

1. Inleiding

‘Wat is dé Nederlandse identiteit?’ Die vraag staat sinds het einde van de vorige eeuw in Nederland hoog op de maatschappelijke agenda. Hoe sterker de wereld globaliseert en hoe cultureel diverser de samenleving wordt, hoe meer er gezocht wordt naar een identiteit die het nationale onderscheidt van het globale (‘t Hart, 2017; De Hart & Versantvoort, 2019). Nu de nationale identiteit weer belangrijker wordt, gaat de regio zich logischerwijs ook weer onderscheiden. Toen de natiestaat in de negentiende eeuw terrein won, gebeurde namelijk hetzelfde (‘t Hart, 2017; De Hart, 2019; Vermeij & Schyns, 2019; Tiemeijer, 2021). Ondanks dat veel Nederlandse regio’s een sterke lokale identiteit kennen, krijgen zij opvallend weinig ruimte om zich uit te spreken in het identiteitsdebat (NBTC, 2019; Vermeij & Schyns, 2019). Daarbij, als de regio aan bod komt worden regionale identiteiten uit Noord- en Zuid-Nederland vaak overschaduwt door de Hollandse provincies (Goossen, 2017; Kennedy, 2020; Van der Plank, 2020). Onderhavig onderzoek tracht aan dit debat bij te dragen door regionale identiteit op de voorgrond te zetten. Er wordt bovendien gepoogd het Hollandocentrisme te doorbreken door de identiteitsconstructie van de inwoners van de Noord-Brabantse hoofdstad ’s-Hertogenbosch, officieus Den Bosch, in kaart te brengen. Hiermee wordt benadrukt dat lokale identiteiten het ook verdienen om onderzocht te worden.

Onderhavig onderzoek is opgebouwd uit een aantal hoofdstukken. Allereerst wordt in het volgende hoofdstuk, de contextbeschrijving, het bovengenoemde maatschappelijk debat in kaart gebracht. Het derde hoofdstuk vormt het theoretisch kader, waarna de deelvragen worden geïntroduceerd. Vervolgens behandelt hoofdstuk vier de methoden, zal hoofdstuk vijf de resultaten van het onderzoek bespreken en koppelt hoofdstuk zes, de discussie, deze resultaten aan theorie. Het verslag wordt afgesloten met een conclusie. Hier worden onder andere de implicaties, beperkingen en suggesties voor vervolgonderzoek besproken.

2. Contextueel kader

Het Nederlands debat over nationale en regionale identiteit kent een lange geschiedenis en wordt bovendien beïnvloed door een horde aan actoren. Onderstaand hoofdstuk poogt uit te lijnen hoe het debat over nationale en regionale identiteit vorm krijgt in de Nederlandse maatschappij. Eveneens wordt de omlijning van de Bossche identiteit in kaart gebracht.

2.1 De zoektocht naar nationale identiteit

Nationale identiteit is de collectieve identificatie met de natiestaat. Althans, zo luidt de Wikipedia-definitie van het begrip (*Nationale identiteit*, z.d.). Wie de literatuur induikt zal ongetwijfeld zowel soortgelijke als devierende definities tegenkomen. De zoektocht naar de origine van de nationale identiteit, en hoe die er per natiestaat uitziet, is namelijk een populair gespreksonderwerp in het maatschappelijk en academisch debat (Leerssen, 2015; De Hart & Versantvoort, 2019). Toen aan het einde van de achttiende eeuw het absoluut gezag in Europa achterwege werd gelaten ontstond er een noodzaak voor het legitimeren van het statelijk gezag. Het volk, ook wel de natie genaamd, moest een reden krijgen om de regels van het land te volgen. Door nadruk te leggen op onder meer de overeenkomsten en uniciteit van de staatsburgers werd een nationaal belang gecreëerd dat de burgers een nationale, verbindende identiteit gaf. Deze anti-kosmopolitische visie, het nationalisme, zorgde voor een unificatie van de staat en de natie in een natiestaat (Leerssen, 2015; Leerssen, 2019). Zodoende begon ook de zoektocht naar de aard van die zogenaamd verbindende 'nationale identiteit'. Die zoektocht is vandaag de dag nog steeds volop bezig.

Gedurende de eenentwintigste eeuw is de wereld sterk geglobaliseerd. In slechts een paar klikken is te achterhalen wat er aan de andere kant van de wereld speelt en in enkele uren vliegt men de wereld over. Deze globalisering heeft de afgelopen jaren het debat over nationale identiteit weer flink aangewakkerd ('t Hart, 2017). Landen staan immers niet meer hoofdzakelijk op zichzelf, maar hebben zich te verhouden aan internationale interconnecties. Bovendien is de mobiliteit toegenomen waardoor samenlevingen steeds cultureel diverser worden. In deze nieuwe wereld dient de natiestaat zich te herpositioneren (Grever & Ribbens, 2007; 't Hart, 2017; De Hart & Versantvoort, 2019). Er heerst echter bij sommige groepen in de maatschappij een sterke angst jegens deze globalisering en herpositionering, omdat het volgens hen voor het verlies van de nationale identiteit en nationale soevereiniteit zou zorgen. De Vries en Hoffmann (2016) geven aan dat hoe ouder iemand is, hoe waarschijnlijker het is dat diegene deze angst ervaart. Jongeren en jongvolwassenen zijn immers opgegroeid in een geglobaliseerde wereld. De angst gaat gepaard met de opkomst van vele rechts-nationalistische politieke partijen in met name Europa en de Verenigde Staten; en in het verlengde daarvan een hevig debat over de aard, en het behoud, van de nationale identiteit (De Vries & Hoffmann, 2016; De Hart, 2019; De Hart & Versantvoort, 2019).

Dit fenomeen heeft ook in Nederland gezorgd voor het in opspraak komen van ‘dé Nederlandse identiteit’. Toen Máxima in 2007 zei dat ‘dé Nederlandse identiteit’ niet bestond zorgde dat voor veel commotie (Ministerie van Algemene Zaken, 2007; Quist & Sas, 2010). Het WRR-rapport *Identificatie met Nederland* dat Máxima tijdens haar gerelateerde toespraak gepresenteerd kreeg was namelijk niet voor niets opgesteld, maar juist naar aanleiding van de groeiende onrust betreffende ‘dé Nederlandse identiteit’. Een onrust die werd gevoed door de toenemende globalisering, Europeanisering en migratiestromen (Van de Donk et al., 2007). Máxima’s uitspraak, die bovendien overeenkomt met de conclusies van het rapport, was dan ook niet onrust bedwingend.

De zoektocht naar ‘dé Nederlandse identiteit’ werd aan het begin van de eenentwintigste eeuw niet alleen gekenmerkt door het WRR-rapport. Ook werden er onder meer verkiezingen gehouden voor de grootste Nederlander aller tijden, werd er een nationaal museum opgericht en een geschiedenis canon ingesteld (’t Hart, 2017). Met name de geschiedenis canon benadrukt hoe zeer het identiteitsdebat de laatste decennia leeft. De Canon van Nederland is immers geïntroduceerd als een puur methodologisch instrument voor het onderwijzen van basisschoolleerlingen over de Nederlandse (cultuur)geschiedenis (Kennedy, 2020). De makers van de Canon hadden niet geïntendeerd het instrument te verhouden tot ‘dé Nederlandse identiteit’. Desalniettemin werd de Canon bij introductie onmiddellijk midden in het nationale identiteitsdebat geplaatst (Te Velde, 2008; Van Oostrom, 2009).

Ondertussen heeft de wereld niet stilgestaan. Migranten blijven komen, globalisering blijft toenemen en het identiteitsdebat zorgde niet eerder voor zoveel polarisatie (De Hart & Versantvoort, 2019). Nationalistische partijen blijven immers uitspraken doen over dreigingen tegenover ‘dé Nederlandse identiteit’ en de Pietendiscussie lijkt geen einde te krijgen. Ondertussen getuigt uiteraard niet elke stem in het identiteitsdebat van onrust. Sommigen zien de Nederlandse identiteit juist als dynamisch en hybride (Van de Donk et al., 2007; ’t Hart, 2017). Tiemeijer (2021) pleit in het WRR-rapport *Project Nederland* bovendien voor het construeren van een gewenste identiteit, in plaats van een focus op de ‘feitelijke’ Nederlandse identiteit. Volgens hem zijn we doodgelopen in het Nederlandse identiteitsdebat en is het tijd voor een andere aanpak.

Het Máxima-voornval illustreert daarom nog steeds uitstekend de tweedeling in het debat over de Nederlandse identiteit. Enerzijds, de ‘traditionele Nederlandse identiteit’ zoals deze ‘altijd is geweest’, en anderzijds een Nederlandse identiteit die met de tijd meebeweegt. Deze polarisatie lijkt zonneklaar, maar dat blijkt nog niet zo makkelijk te zijn. In 2019 presenteerde het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) namelijk het rapport *Denkend aan Nederland*; een grootschalig onderzoek naar hoe verschillende groepen Nederlanders de Nederlandse identiteit definiëren. Het blijkt dat de verschillende groepen het behoorlijk met elkaar eens zijn over wat Nederland Nederland maakt; en dat de hierboven geïllustreerde polarisatie met name door de media in stand wordt gehouden.

Hoewel de meningen over wat de Nederlandse identiteit is verschillen, kan iedereen zich vinden in de zoektocht. Of dat nou is in de canonisering van de Nederlandse geschiedenis, in opiniepanels, talkshows of rapporten als *Denkend aan Nederland* en *Project Nederland*; al deze fenomenen laten zien dat de zoektocht in volle gang is.

2.2 Aandacht voor regionale identiteit

Toen in de negentiende eeuw de natiestaat terrein won ging men zich daar op regionaal niveau al snel tegen verzetten. De regio wenste zich af te bakenen van de overkoepelende natiestaat en ging regionale identiteit uiten in onder meer klederdracht (Schuurmans, 1999; De Jong, 2001; Corporaal, 2019). Deze aanhang aan regionale identiteit, ofwel regionalisme, was een gevolg van nationalisering. Nu de wereld globaliseert en de zoektocht naar nationale identiteit weer volop speelt groeit ook de aandacht voor regionale identiteiten weer ('t Hart, 2017; De Hart, 2019; Vermeij & Schyns, 2019; Tiemeijer, 2021). Deze tegenbeweging op natievorming en globalisering werd door de socioloog Ronald Roberston (1994) glocalisering genoemd; een lokaal antwoord op globalisering ('t Hart, 2017).

Ondanks al het hedendaags rumoer over de Nederlandse, nationale identiteit wordt er in het identiteitsdebat doorgaans opvallend weinig licht geschenen op de vele regionale identiteiten die Nederland kent. Dit is opmerkelijk aangezien regionale identiteit wel degelijk individueel belang heeft, met name bij Nederlanders met een migratie-achtergrond. Slooman en Duijvendak (2015) laten bijvoorbeeld zien dat de identificatie met lokale identiteit bij Nederlandse jongvolwassenen met een migratie-achtergrond sterker is dan hun identificatie met de Nederlandse identiteit. Dit wordt deels verklaard doordat een regionale of lokale identiteit de nationale identiteit betreffende de migratie-achtergrond, zoals bijvoorbeeld Turkse identiteit, niet in de weg staat. Dat terwijl een andere nationale identiteit, zoals de Nederlandse, de identiteit van de migratie-achtergrond wel in de weg kan staan.

Het fenomeen dat nationale identiteit de regionale identiteiten overschaduwde is niet incidenteel. In een onderzoek naar de identiteitsconstructie van Welse jeugd tonen Hendry et al. (2007) aan dat de jeugd zich liever definieert als Welsh, maar ze zich vaak gedwongen voelen een Britse, of zelfs Engelse, identiteit aan te nemen. Braber (2009) beschrijft in haar onderzoek naar *Glaswegian* en Schotse identiteit eveneens dat de lokale identiteiten de nationale identiteit overschrijden. De spanning tussen de regionale en nationale identiteit komen hier dus goed naar voren. Zulke spanningen zijn eveneens te zien in onderzoek naar regionale identiteit in onder meer Brazilië (Oliven, 2006), Kenia (Lynch, 2010), Cornwall (Willett & Tredinnick-Rowe, 2016) en Quebec en Wallonië (Moscovitz, 2020).

Ook Nederlandse regio's, zoals bijvoorbeeld steden of provincies, getuigen vaak van een prominente lokale of regionale identiteit, met name in het noorden en zuiden van het land (Duijvendak, 2008; Meder, 2010; Verheul, 2015; NBTC, 2019; Vermeij & Schyns, 2019). De laatste jaren

wordt er steeds meer aandacht gevestigd op het behoud en belang van deze lokale identiteiten (Terlouw, 2009; Verheul, 2015). Dit is bijvoorbeeld terug te zien in hoe steden hun eigen stad marketen. Hierbij wordt de lokale identiteit gebruikt voor *city branding* om de stad aantrekkelijk te maken voor toeristen en verbinding te creëren tussen de stad en haar (potentiële) inwoners (Terlouw, 2009; Meder, 2010; Verheul, 2015; NBTC, 2019).

Als regionale identiteit aan bod komt worden de identiteiten van Noord- en Zuid-Nederland desondanks vaak overschaduwd door een focus op de Hollandse provincies, het zekere Hollandocentrisme. Toen de Canon van Nederland gepresenteerd werd was een van de grote kritieken bijvoorbeeld dat er te veel gefocust werd op Holland en dat provincies als Limburg en Groningen werden vergeten (Kennedy, 2020). Deze kritieken kwamen ook naar voren in gesprekken over een Nationaal Historisch Museum of het tekort aan niet-Hollandse schilders in het Rijksmuseum (Goossen, 2017; Van der Plank, 2020). Als de regionale identiteiten aan bod komen is dat alsnog vaak in een poging ze te gebruiken om de nationale eenheid te versterken (Duijvendak, 2008). Ook in rapporten over de Nederlandse identiteit, zoals *Denkend aan Nederland* en *Identificatie met Nederland*, komt de regio weinig aan bod. In *Denkend aan Nederland* wordt er wel een hoofdstuk aan geweid. Dat gaat echter niet over de regionale identiteiten, maar over hoe de regio zich verhoudt tot de natiestaat (Vermeij & Schyns, 2019).

2.3 Zelfpresentatie van Bossche identiteit

In het kader van onderhavig onderzoek wordt ingezoomd op de identiteit van de Brabantse hoofdstad 's-Hertogenbosch, officieus Den Bosch, en haar inwoners. In de academische literatuur is de Bossche identiteit weinig beschreven, maar in het plaatselijk discours komt de identiteit volop naar voren. Op onder meer de officiële, toeristische website van de stad wordt er grote nadruk gelegd op de stadshistorie (Visit Den Bosch, z.d.-e). Hierbij worden elementen zoals de Middeleeuwse geschiedenis van de stad, het religieuze karakter en de Sint-Janskathedraal uitgelicht. Ook de groene omgeving, de rivier de Binnendieze en het moerasachtige landschap dat de stad omringt worden genoemd. Echter, niet alleen de historie wordt genoemd, ook modernere tradities zoals de Bossche markt en de Bossche Bol komen aan bod (Provincie Brabant, 2020; Den Bosch Cultuurstad, z.d.; Erfgoed 's-Hertogenbosch, z.d.; Groeten uit Den Bosch, z.d.; Visit Den Bosch, z.d.-b; z.d.-c; z.d.-d). Niettemin krijgt Oeteldonk, de naam van Den Bosch tijdens carnaval, en diens kleuren en unieke Bossche carnavalstradities een prominente plek in het lijstje van Bossche kenmerken (Den Bosch Cultuurstad, z.d.; Groeten uit Den Bosch, z.d.; Visit Den Bosch, z.d.-d).

Visit Den Bosch (z.d.-e) beschrijft Den Bosch als een 'gastvrije, Bourgondische' stad. Ook wordt de bijnaam van Den Bosch veelvuldig genoemd: Cultuurstad van het Zuiden. Dit wordt geduid door de musea van de stad te noemen, de jaarlijkse festivals te benoemen, maar ook door de diverse

architectuur uit te lichten. De stad betuigt van een mengelmoes van stijlen, van de Sint-Janskathedraal tot het omstreden uiterlijk van de Tramkade (Gotink, 2018). Natuurlijk wordt de bekende Bossche schilder Jheronimus Bosch eveneens geprezen (Provincie Brabant, 2020; Den Bosch Cultuurstad, z.d.; Visit Den Bosch, z.d.-a). Het is bovendien mogelijk om een cursus Boschlogie te volgen over de (cultuur)geschiedenis van de stad (Boschlogie, z.d.).

Bosschenaren worden veelal omgeschreven als gastvrij, behulpzaam en getuigend van een grote saamhorigheid en trotsheid op hun stad (Provincie Brabant, 2020). Er bestaat een Bosch dialect met een eigen woordenboek (Reelick, 2002) en vele Bosschenaren verenigen zich in Facebookgroepen zoals *'Je bent pas een echt Bosschenaar als..'* om hun liefde voor de stad te uiten (Danse, 2022). In de periode 2016-2017 is door twee Bossche kunstenaars een reportage van zestig portretten van Bosschenaren gemaakt, getiteld *'Ik ben Bosch'* (Viergever & Konings, 2017). Het doel van de reportage was een dwarsdoorsnee maken van de Bosschenaar, al hebben de verslaggevers wel specifieke (lees: volgens hen interessante) mensen gekozen om te interviewen. Uit deze reportage blijkt dat de bevroegde Bosschenaren, ondanks hun onderlinge verschillen, het doorgaans eens zijn over een aantal factoren van de Bossche identiteit. Opnieuw wordt de trotsheid op de stad en het saamhorigheidsgevoel genoemd. Den Bosch wordt betiteld als een groot dorp waar eenieder elkaar kent. Ook het culturele en historische karakter komen naar voren, evenals de behoefte aan meer vernieuwing in de stad (Gotink, 2017; Viergever & Konings, 2017).

2.4 Vraagstelling

In onderhavig onderzoek wordt getracht de constructie van de Bossche identiteit verder in kaart te brengen. Hierbij wordt een focus aangebracht op de zelfperceptie op identiteit, in tegenstelling tot de hierboven besproken zelfpresentatie. Hoofdstuk drie zal dieper op dit verschil ingaan. Er is specifiek gekozen voor 's-Hertogenbosch, omdat deze stad getuigt van een sterke lokale identiteit en het feit dat de onderzoeker uit Den Bosch komt. Daarnaast focust onderhavig onderzoek op jongvolwassenen omdat zij opgegroeid zijn in een periode waarin regionale identiteit weer terrein heeft gewonnen. Omdat zij enkel een geglobaliseerde wereld als referentiekader hebben kunnen zij reflecteren op de hedendaagse constructie van de Bossche identiteit zonder het vroeger met nu te vergelijken (De Vries & Hoffmann, 2016). Bovendien kenmerkt de jongvolwassen levensfase zich door grote veranderingen die plaatsvinden in iemands leven zoals afstuderen en samenwonen. Het is een periode waarin men op zoek gaat naar diens identiteit (Erikson, 1968; 1988; Marcia, 2002). Dit maakt een onderzoek naar de constructie van identiteit volgens deze groep extra interessant. Het onderzoek wordt uitgevoerd met behulp van de volgende onderzoeksvraag:

RQ: Hoe construeren jongvolwassen Bosschenaren de Bossche identiteit?

3. Theoretisch kader

Om de onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden worden in dit hoofdstuk verscheidene theorieën over identiteit en identiteitsconstructie uitgelijnd. Eveneens wordt besproken welke factoren gewoonlijk bijdragen aan de constructie van identiteit.

3.1 Identiteit

Identiteit is een complex concept dat in het academisch discours op veel verschillende manieren gedefinieerd wordt. Waar sommige auteurs zich vasthouden aan een tweedimensionale visie op identiteit (i.e. Smeets & Steijlen, 2006) presenteren anderen (i.e. Heinich, 2019) een ternair model. Een tweedimensionale visie op identiteit gaat ervanuit dat identiteit geconstrueerd wordt door enerzijds de zelfdefinitie en anderzijds de sociale definitie. In andere woorden, hoe iemand zichzelf ziet en hoe dat in verhouding staat tot anderen (Smeets & Steijlen, 2006). In lijn met de tweedimensionale visie definiëren de sociaal-cultureel linguïsten Bucholtz en Hall (2010) identiteit als de sociale positionering van Zelf en Ander (p. 18). Het ternaire model voegt hier echter nog een derde dimensie aan toe. De Franse sociologe Nathalie Heinich (2019) pleit in haar boek 'Wat onze identiteit niet is' voor een beweeglijkere definitie. Ze pleit voor een distinctie tussen zelfperceptie, toeschrijving en, als toevoeging, presentatie van identiteit. Respectievelijk, hoe iemand zichzelf ziet, hoe anderen iemand zien en hoe iemand zichzelf presenteert aan anderen. Samen vormen deze drie dimensies een cyclus waarin alle elementen een wederkerige invloed uitoefenen op elkaar. Een toeschrijving kan bijvoorbeeld de zelfperceptie beïnvloeden, waardoor de presentatie ook wordt aangepast.

Dit dynamische karakter van identiteit wordt eveneens door anderen benadrukt. Zo stellen Smeets en Steijlen (2006) dat identiteitsmarkers, de attributen of criteria waarmee een identiteit wordt aangegeven, per situatie kunnen verschillen. Zij beschrijven hoe mensen *"bewust (...) verscheidene keren per dag bedenken of zij zichzelf rekenen tot de groep met wie zij op dat moment te maken hebben"* (p. 16). Dit suggereert dat een individu een keuze heeft in welke identiteitsmarker, en daarmee welk stukje identiteit, op dat moment van belang is. Heinich (2019) beschrijft hetzelfde: *"mensen hebben meerdere manieren om zichzelf te omschrijven naargelang de context waarin de vraag rond hun identiteit zich voordoet"* (p. 52).

In het verlengde hiervan beredeneren Bucholtz en Hall (2005) twee manieren waarop identiteit gepresenteerd kan worden: *practice* en *performance*. Met *practice* wordt gerefereerd naar de habituele, alledaagse dingen die iemand automatisch doet. *Performance* daarentegen verwijst naar een opzettelijke handeling. In een professionele setting zou iemand er bijvoorbeeld voor kunnen kiezen andere identiteitsmarkers te presenteren dan in een privésetting. Dit suggereert wederom dat identiteit veranderlijk, contextafhankelijk en aan keuze onderhevig is (Bucholtz & Hall, 2010). Hierom

wordt door sommigen beargumenteerd dat identiteit niet iets is wat iemand 'heeft', maar iets is wat iemand 'doet' (Bauman, 2000; Bucholtz & Hall, 2005; Hua, 2018; Walker & Caprar, 2019).

3.2 Ingroup vs outgroup

Identiteit is bij definitie altijd aan het construeren. Het ternaire karakter zorgt immers voor een constante wisselwerking tussen de drie identiteitsdimensies (Heinich, 2019). De distinctie tussen Zelf en Ander is hierbij van centraal belang. Deze dichotomische benadering gaat ervanuit dat het bestaan van een Ander mogelijkheid geeft tot het bestaan van een Zelf. In andere woorden: we definiëren onszelf in relatie tot de Ander en kunnen onszelf pas begrijpen door in anderen te herkennen wat we wel of niet zijn (Beller, 2007; Jackson, 2014; Hall, 2013; Leerssen, 2015; Heinich, 2019).

Identiteit construeert zich dus niet in een vacuüm, maar ontleent zich aan gelijkenissen en verschillen met anderen. Iemand kan zichzelf bovendien identificeren met verschillende sociaal-culturele groepen. Deze groepen worden ook wel ingroups genoemd en relateren aan de identiteitsmarkers die iemand hanteert (Smeets & Steijlen, 2006; Jackson, 2014). Hua (2018) beschrijft het bekennen tot verschillende ingroups ook wel als het aangaan van verschillende *cultural memberships*, terwijl Cole en Meadows (2013) het definiëren als het behoren tot verschillende *communities of practice*. In de kern komen deze verschillende benamingen op hetzelfde neer, alhoewel een *community of practice* meer directe interactie tussen haar 'leden' vereist dan een reguliere ingroup. Tegenover de ingroup staat de outgroup. Deze bestaat uit iedereen die niet tot de ingroup behoort (Jackson, 2014). De ingroup-outgroup distinctie is echter niet altijd even zwart-wit. Hoe iemand de in- en outgroup definieert hangt immers af van de ingroup die op dat moment relevantie heeft (Schalk, 2011; Jackson, 2014; Hua, 2018). De collectieve identiteiten van de in- en outgroups hebben daarmee invloed op de identiteit van het individu, maar het individu draagt ook weer bij aan de collectieve identiteit van de groep door deze identiteit te uiten. Het is een constante wisselwerking.

3.3 Nationale identiteit

Een van de voornaamste ingroups die in de literatuur wordt aangehaald is de natie. Als er gesproken wordt over collectieve identiteit is dat vaak in nationale termen. Zo komen veel theorieën over (collectieve) identiteitsconstructie ook voort uit het academisch debat over de natie en nationalisme (Leerssen, 2015). Het ingroup-principe is binnen het kader van nationale identiteit door Anderson (1983) omgeschreven met de term *imagined communities*. Wat centraal staat in deze verbeelde gemeenschappen is dat diens leden elkaar nooit allemaal kunnen kennen, maar wel een onderlinge saamhorigheid of kameraadschap voelen. Naast bovenstaande elementen van inbeelding en kameraadschap kenmerkt een verbeelde gemeenschap zich eveneens door zijn beperktheid en

soevereiniteit. Respectievelijk betreft dit het feit dat de gemeenschap eindige grenzen heeft en dat de gemeenschap zelfbeschikking heeft.

De Hart en Versantvoort (2019) stellen dat mensen nationale identiteit vormgeven op twee verschillende manieren: aan de hand van symbolen en tradities of aan de hand van burgerlijke vrijheden (Leerssen, 2015; 2019). Die symbolen kunnen ook wel omschreven worden als verdichtingssymbolen (Stokes, 2017; De Hart & Versantvoort, 2019; Silver et al., 2021). Een verdichtingssymbool is een symbool dat een collectieve herinneringscultuur, en daarmee een collectieve (nationale) identiteit, voedt. Het zijn symbolen die de ingroup een gevoel van verbinding, ofwel verdichting, geven (Elpers, 2009). Dit kan bijvoorbeeld de architectuur van een stad zijn, een bepaald persoon, een gezegde, een traditie of een kleur. Op regionaal niveau zijn het veelal symbolen als natuurlijke omgeving, de architectuur, lokale feesten of de gewoonten (Paasi, 2003; Terlouw, 2009; Cornips & Stengs, 2010). Elke natie heeft als ingroup eigen verdichtingssymbolen die enkel door de ingroupleden als verdichtingssymbool opgevat kunnen worden. Er kan immers enkel vanuit het zelfbeeld van de ingroup iets gezegd worden over welke symbolen voor hen verdichtend zijn. Verdichtingssymbolen ondersteunen dus het ingroup-principe en daarmee de identiteitsmarkers die aan die ingroup ontleend worden. Dit zijn factoren die allemaal bijdragen aan (nationale) identiteitsconstructie.

3.4 Identiteitstoeschrijving

Uit Heinrich's (2019) definitie van identiteit blijkt dus dat identiteit niet statisch is, maar zich constant adapteert aan verscheidene factoren. Een belangrijke factor is de identiteitstoeschrijving. Hierbij is het van belang te onderstrepen dat deze toeschrijving overwegend gebaseerd is op hoe identiteit wordt waargenomen. Deze waarneming hoeft bovendien niet te rusten op feiten en wordt beïnvloed door meerdere elementen. De beelden die worden gevormd worden onderzocht binnen de imagologie, het onderzoekdiscipline gericht op het onderzoeken van de dynamiek tussen mentale Zelf- en Anderbeelden die men heeft (Beller & Leerssen, 2007, p. xiii). In de imagologie worden de termen auto-image en hetero-image gebruikt. Joep Leerssen (2007), hoogleraar Europese Studies en expert op het gebied van nationalisme en imagologie, omschrijft deze begrippen respectievelijk als de beelden die men heeft van zichzelf en de beelden die men heeft van de Ander (Leerssen, 2007). Deze beelden zijn veranderlijk en kunnen elkaar beïnvloeden. Een derde soort image dat Leerssen (2007) beschrijft is het meta-image: hoe men denkt dat anderen over hen denken.

De identiteit die iemand krijgt toegeschreven is sterk afhankelijk van het beeld dat de Ander van diegene heeft. Dit beeld komt tot stand in beeldvormingsprocessen. Deze beeldvormingsprocessen worden beïnvloed door verscheidene factoren, zoals onder meer de politiek, de media, iemands sociale kringen, iemand educatie en literaire representaties (Shadid, 2005; Beller,

2007; Siapera, 2010; Jackson, 2014). De media hebben met name een grote invloed in de constructie en instandhouding van beelden, omdat zij kunnen bepalen welke beelden gecommuniceerd worden naar de massa's. Op deze manier houden de media dominante discoursen en representaties in stand en oefenen zij macht uit op de beeldvormingsprocessen (Siapera, 2010; Hall, 2013). Daarnaast speelt de directe interactie met de Ander een belangrijke rol, omdat deze interactie bestaande beelden over de Ander kan bevestigen of weerleggen (Leerssen, 2007; Jackson, 2014).

Bovendien, als het ternaire identiteitsmodel van Heinich (2019) in imagologische termen (Leerssen, 2007) wordt uitgelegd wordt de connectie alsmar prominenter. Ten eerste, de zelfperceptie kan worden vergeleken met het auto-image. Beide hebben betrekking op hoe iemand zichzelf ziet. De toeschrijving van identiteit, hoe anderen iemand zien, is in principe een projectie van het hetero-image. Het hetero-image dat anderen hebben wordt namelijk als waarheid beschouwd en op iemand geprojecteerd, ofwel aan iemand toegeschreven. Ten derde, de presentatie van identiteit is het ter harte nemen van wat iemand denkt dat anderen over hem denken, ofwel, een internalisering van het meta-image.

3.5 Identiteit en taal

Naast identiteitstoeschrijving zijn er nog talloze factoren die bijdragen aan de constructie van identiteit en identiteitsmarkers. Deze identiteitsmarkers worden gevormd in de ingroup-outgroup dynamiek, welke weer sterk afhankelijk is van beeldvormingsprocessen en de invloeden die daarop van toepassing zijn (Leerssen, 2007; Heinich, 2019). De collectieve identiteiten van in- en outgroups staan bovendien in constante wisselwerking met de identiteit van het individu.

Een van de belangrijkste indicatoren van Zelf en Ander is iemands uiterlijk (Siapera, 2010; Hall, 2013; Jackson, 2014). Daarnaast is communicatie, en daarmee taalgebruik, een van de voornaamste factoren die (nationale) identiteitsconstructie beïnvloedt (Hua, 2018; De Hart & Versantvoort, 2019). Taal kan immers enorm bijdragen aan het saamhorigheidsgevoel van een groep. Als men niet op dezelfde manier communiceert resulteert dit meteen in de Ander-stempel (Brand & Van der Sijs, 2007; Stokes, 2017). Het spreken van een bepaalde taal of dialect is daarmee een belangrijk element in iemands identiteitsconstructie. Per ingroup kunnen de normen en waarden rondom het gebruik van bepaalde 'speech acts' (zoals complimenten, verzoeken, et cetera) bovendien enorm verschillen, wat kan leiden tot misverstanden (Meier, 2010; Stephen, 2015).

Binnen een ingroup is vaak sprake van informatie die alleen begrepen kan worden door ingroupleden. Het komt bijvoorbeeld voor dat een ingroup gebruik maakt van specifieke jargon (Nelsen & Rosenbaum, 1972; Byram, 2006; Agha, 2015); of dat bepaalde uitdrukkingen naar bepaalde concepten refereren binnen de ingroup maar daarbuiten niet met elkaar verbonden zijn (Lakoff & Johnson, 1980; Hall, 2013). Ook kan de ingroup een eigen manier van communiceren, inclusief

gemeenschappelijke referenties en *shared understandings*, ontwikkelen die voor buitenstaanders moeilijker te volgen is (Messelink & Ten Thije, 2012; Goebel, 2017). Ochs (1996) benadrukt dit met de term *language socialization*. Hiermee refereert zij naar hoe kinderen naast taalverwerving eveneens leren op welke manier zij moeten communiceren in hun eigen ingroup. Zo kan binnen de ingroup op een eigen, specifieke manier gecommuniceerd worden, omdat het uitgaat van een gemeenschappelijke kennis (*indexicality principle*) (Ochs, 1996; Ochs & Kremer-Sadlik, 2015). Die gemeenschappelijke, ongeschreven kennis die ingroupleden bezitten wordt door Leerssen (2015) ook wel de *unwritten code* genoemd.

3.6 Vraagstelling en wetenschappelijke relevantie

In bovenstaand theoretisch kader is een selectie van theorieën over identiteit en (nationale) identiteitsconstructie uiteengezet. Alhoewel sommige theorieën (bv. *communities of practice*) ook in een kleinere context geplaatst kunnen worden, behandelt het merendeel van de literatuur de theorieën doorgaans overkoepelend of in nationale zin. Door de constructie van een regionale identiteit in kaart te brengen tracht onderhavig onderzoek te achterhalen of de algemeen geaccepteerde theorieën over (nationale) identiteitsconstructie ook toepasbaar zijn op regionaal niveau. Op deze manier worden de theorieën verder onderbouwd, weerlegd of wellicht in een andere context geplaatst.

Op basis van het contextueel en theoretisch kader zijn ter ondersteuning van de hoofdvraag een drietal deelvragen geformuleerd. Voordat de constructie van de Bossche identiteit in kaart gebracht kan worden onderzoekt de eerste deelvraag eerst hoe de respondenten de Bossche identiteit definiëren. Vervolgens kijkt de tweede deelvraag naar de symbolen en factoren die voor de respondenten bijdragen aan hun identificatie met die Bossche identiteit en geeft de derde deelvraag weer hoe de Bossche identiteit talig tot uiting komt bij de respondenten. Deze combinatie van vragen gericht op de collectieve en individuele Bossche identiteit schetst een breder beeld van de constructie van de Bossche identiteit volgens jongvolwassen Bosschenaren. In het kader van overzichtelijkheid volgt een overzicht van de hoofd- en deelvragen van dit onderzoek:

RQ: Hoe construeren jongvolwassen Bosschenaren de Bossche identiteit?

SQ1: Wat is volgens jongvolwassen Bosschenaren de Bossche identiteit?

SQ2: Waaraan relateren jongvolwassen Bosschenaren hun Bossche identiteit?

SQ3: Hoe komt de Bossche identiteit van jongvolwassen Bosschenaren talig tot uiting?

4. Methode

Onderstaand hoofdstuk geeft de methoden weer die gebruikt zijn voor het beantwoorden van de deelvragen. Allereerst wordt uiteengezet hoe de data is verzameld en hoe de respondenten zijn geworven. Vervolgens wordt de procedure beschreven en wordt verteld op welke manier de data is geanalyseerd.

4.1 Dataverzameling

Het beantwoorden van de onderzoeksvraag vergde een tweeledige aanpak. Allereerst zijn semigestructureerde straatinterviews afgenomen op verschillende, drukbezochte plekken in Den Bosch. Er is gekozen voor het centrumgebied en de drie overdekte winkelcentra die Den Bosch kent. Deze plekken zijn redelijk evenredig verdeeld over de stad. Aan voorbijgangers is gevraagd een aantal korte vragen te beantwoorden over de Bossche identiteit. Deze aanpak leent zich voor het achterhalen van top-of-mind associaties, omdat de respondent gevraagd wordt antwoord te geven op een snelle, korte vraag (Dörnyei, 2007; Verhoeven, 2014; Baarda & Van der Hulst, 2017; Baarda & Bakker, 2018). Er zijn vijf vragen (tabel 1) opgesteld op basis van de literatuur en aan de hand van het interviewschema van het onderzoek 'Hoe Indisch ben jij?' van het Indisch Herinneringscentrum (2014). De vragen van dit onderzoek zijn zo opgebouwd dat iedere vraag een aparte functie heeft in het achterhalen van iemands zelfperceptie op identiteit. Bovendien maakt dit onderzoek ook gebruik van straatinterviews met voorbijgangers, wat de geschiktheid van de vragen voor dit format onderstreept. Het gehele interviewschema is te vinden in bijlage 1. De straatinterviews vormden de basis voor de volgende stap in het onderzoeksproces.

Tabel 1

Interviewvragen straatinterviews

	Interviewvragen	Originele vragen	Functie
1	Bent u een Bosschenaar?	Hoe Indisch ben jij?	Identificatie (zelfperceptie)
2	Bent u in Den Bosch opgegroeid?	Waar komen je (groot)ouders vandaan?	Afkomst (zelfperceptie)
3	Wat kenmerkt een Bosschenaar?	Wat houdt Indisch zijn voor jou in?	Bossche identiteit
4	Wat maakt u een Bosschenaar?	Wat houdt Indisch zijn voor jou in?	Zelfperceptie / Presentatie
5	Wat is typisch Bosch?	Hoe eet jij rijst?	Bossche identiteit

Vervolgens zijn twee focusgroepen georganiseerd. Focusgroepen worden veelal gebruikt in onderzoek naar identiteitsconstructie (Prins, 2018; Andriessen, 2019; Vermeij & Schyns, 2019), omdat deze zich

uitermate goed lenen voor het faciliteren van een gesprek tussen de deelnemers. Zij kunnen met elkaar meedenken over identiteit, elkaar aanvullen en op elkaar reageren. Dit vergroot de kans op waardevolle, diepgaande data (Dörnyei, 2007). Bovendien geeft deze onderzoeksmethode de mogelijkheid om niet alleen te analyseren wat de respondenten zeggen, maar ook hoe ze het zeggen. Er is gekozen voor het organiseren van twee focusgroepen omdat de bevindingen uit de eerste focusgroep in dat geval mogelijk bevestigd konden worden met de tweede focusgroep. Daarnaast zijn de focusgroepen semigestructureerd georganiseerd. De vormgeving van de focusgroep is gebaseerd op de onderzoeksopzet van Andriessen (2019). Dit onderzoek maakt deel uit van het grotere rapport *Denkend aan Nederland* en brengt door middel van focusgroepen in kaart hoe jongeren tegen de Nederlandse identiteit aankijken.

Aan het begin van de focusgroep zijn kort de opzet en huishoudelijke regels geïntroduceerd. Vervolgens zijn de respondenten gevraagd zichzelf kort voor te stellen. De focusgroep bestond inhoudelijk uit grofweg drie hoofdthema's: 'Wanneer voel je je Bosschenaar?', 'Wanneer is iemand een Bosschenaar?' en 'Bestaat er een Bossche identiteit?'. Deze thema's zijn ontleend aan de literatuur, de data uit de straatinterviews en Andriessen (2019). Bij elk thema zijn ook doorvragen opgesteld die de onderzoeker kon stellen om het verloop van het gesprek te bevorderen. In onderstaande opzet is gekozen om de vragen niet rechtuit te stellen, maar er een speels element aan toe te voegen zodat de respondenten het ingewikkelde onderwerp op een luchtige manier konden benaderen (Andriessen, 2019). Een compleet overzicht van de opzet is te vinden in bijlage 2.

Voor het eerste thema zijn de respondenten gevraagd uit een vooropgestelde selectie een afbeelding te selecteren die hen het meest Bosch liet voelen. Deze afbeeldingen zijn geselecteerd op basis van wat de literatuur beschrijft als Bossche symbolen (zie 2.3). Respondenten hadden ook de optie zelf iets te verzinnen als de afbeeldingen niet voldeden. Hier zijn de respondenten vervolgens over in gesprek gegaan. Bij het tweede onderwerp zijn de respondenten gevraagd de volgende zin af te maken: *Om een Bosschenaar te zijn, moet je...* Hun antwoorden schreven zij op post-its en deze zijn vervolgens besproken. Ook zijn de respondenten gevraagd de tijdens de straatinterviews benoemde karakterisering te verklaren. Waarom zijn deze eigenschappen genoemd? In het derde deel zijn de respondenten gevraagd of er een Bossche identiteit bestaat, hoe deze eruit ziet en hoe deze zich verhoudt tot de Nederlandse identiteit of het Nederlands zijn. Ook zijn de respondenten gevraagd dezelfde afbeeldingen uit thema 1 gezamenlijk te rangschikken op volgorde van meest naar minst bijdragend aan 'de Bossche identiteit', en eventueel iets toe te voegen als ze dat nodig vonden. Na de rangschikking is een afbeelding van de Bossche 'terrasachtige' sfeer toegevoegd en gevraagd deze in te voegen. Deze is later ingevoegd omdat deze afbeelding als enige een karakterisering portretteert, in tegenstelling tot de symbolen van de andere afbeeldingen.

4.2 Respondenten

Onderhavig onderzoek legt de focus op jongvolwassenen. Deze groep leent zich uitermate goed voor een onderzoek naar identiteitsconstructie vanwege hun turbulente levensfase en het feit dat zij opgegroeid zijn in een geglobaliseerde wereld (Marcia, 2002; De Vries & Hoffmann, 2016). Er is geen duidelijke consensus over hoe jongvolwassenheid wordt afgebakend. Over het algemeen wordt de periode vanaf de pubertijd tot halverwege of eind twintig aangeduid (Marcia, 2002; Benson & Elder, 2011; Centraal Bureau voor de Statistiek, 2022). In onderhavig onderzoek is de leeftijdscategorie 18-30 aangehouden. Alle respondenten dienden dus in deze leeftijdscategorie te vallen en, volgens hun eigen definitie, Bosschenaar te zijn.

Idealiter zouden de demografische gegevens van de respondenten heterogeen zijn. Uit de literatuur blijkt namelijk dat de Nederlandse en de Bossche identiteit vrij homogeen worden beschreven door respondenten, ondanks hun onderlinge verschillen (Gotink, 2017; Viergever & Konings, 2017; De Hart & Versantvoort, 2019). Onderhavig onderzoek had dit kunnen onderbouwen met een heterogene steekproef. Door de kleine omvang bleek het aanbrengen van deze heterogeniteit echter niet haalbaar. Verschillende leeftijden zouden dan in zulke kleine hoeveelheden aanwezig zijn dat uitspraken slechts als incidenteel konden worden behandeld.

De respondenten voor de straatinterviews zijn geselecteerd op basis van een praktisch bruikbare steekproef, d.w.z. dat respondenten willekeurig en op basis van beschikbaarheid worden geselecteerd. Er zijn wel doelgericht respondenten aangesproken die volgens de onderzoeker in de leeftijdscategorie 18-30 leken te vallen. Hier is niet expliciet naar gevraagd om privacy-redenen. Om een bias van de onderzoeker te voorkomen is op systematische wijze elk vijfde voorbijganger tussen de 18 en 30 aangesproken (Dörnyei, 2007; Verhoeven, 2014). De korte duur van de interviews maakte het mogelijk een groter aantal interviews af te nemen. Er is geïnterviewd tot het saturatiepunt was bereikt. In totaal zijn er 59 interviews afgenomen, waarvan er 44 (75%) bruikbaar waren. Onbruikbaar waren de interviews waarbij de voorbijganger geen Bosschenaar bleek te zijn. De 44 bruikbare interviews telden 49 respondenten, waarvan 36 (73%) vrouwen en 13 (27%) mannen.

De respondenten voor de focusgroepen zijn geselecteerd op basis van zelfselectie en een sneeuwbalsteekproef. Zij dienden wel aan de bovengenoemde criteria te voldoen. Respondenten die wensten deel te nemen aan de focusgroep zijn via Facebook, WhatsApp, LinkedIn en Instagram geworven. De oproep is uitgezet in het eigen netwerk en vervolgens gedeeld naar andere netwerken. Respondenten konden zichzelf aanmelden door contact op te nemen met de onderzoeker via de mail of een privébericht. De oproep is te vinden in bijlage 3. Gewoonlijk telt een focusgroep zes tot tien deelnemers (Dörnyei, 2007), maar uiteindelijk hadden beide focusgroepen vijf deelnemers. Dit bleek achteraf een geschikt aantal te zijn voor de aard van gesprek. Tabel 2 toont de demografische gegevens van de respondenten.

Tabel 2*Demografische gegevens respondenten focusgroepen*

Focusgroep 1						
	Geslacht	Leeftijd	Geboorteplaats	Woonplaats	Ouders Bosschenaren?	Opleidingsniveau
R1	V	24	Den Bosch	Den Bosch	Alleen vader	HBO
R2	M	30	Den Bosch	Oss	Beide	HBO
R3	M	27	Den Bosch	Rosmalen	Beide	HBO
R4	V	22	Den Bosch	Den Bosch	Alleen moeder	HBO
R5	V	27	Den Bosch	Den Bosch	Nee	HBO
Focusgroep 2						
	Geslacht	Leeftijd	Geboorteplaats	Woonplaats	Ouders Bosschenaren?	Opleidingsniveau
R6*	V	25	Kabul	Den Bosch	Beide	Master
R7*	V	23	Den Bosch	Den Bosch	Beide	HBO
R8*	V	24	Den Bosch	Den Bosch	Alleen moeder	HBO
R9	M	29	Den Bosch	Den Bosch	Beide	HBO
R10	V	28	Den Bosch	Den Bosch	Beide	HAVO / VWO

**Deze respondenten hebben een migratie-achtergrond*

4.3 Procedure

De straatinterviews zijn opgenomen met de geluidsrecorder van een telefoon. Respondenten zijn mondeling om toestemming gevraagd voor het gebruik en de opname van de gegevens. Zij zijn niet gevraagd een toestemmingsverklaring te ondertekenen omdat er geen identificeerbare gegevens zijn verzameld. De straatinterviews hadden een gemiddelde duur van 33 seconden. Het kortste interview duurde 18 seconden en het langste 64 seconden.

De respondenten van de focusgroep zijn na hun getoonde interesse voorzien van een informatiebrief met informatie over het onderzoek. Zij zijn tevens gevraagd na de focusgroep een toestemmingsverklaring te ondertekenen ten behoeve van transparantie, de opname en het rechtmatig gebruik van de verzamelde gegevens. Eveneens zijn ze gevraagd een formulier met demografische gegevens in te vullen. De identiteit van de respondenten wordt in onderhavig onderzoek niet blootgesteld. De informatiebrief, een leeg template van de toestemmingsverklaring en het formulier 'demografische gegevens' zijn te vinden in bijlage 4, 5 en 6. De focusgroepen hebben fysiek plaatsgevonden. De eerste focusgroep duurde 84 minuten en 2 seconden, terwijl de tweede focusgroep een looptijd had van 74 minuten en 26 seconden. Deze tijden zijn exclusief de introductie en pauzes.

4.4 Rol van de onderzoeker

Als onderzoeker maak ik zelf deel uit van de populatie, oftewel, ik ben zelf ook een Bosschenaar. Het is daarom nodig om bewust met de data om te gaan en afstand te nemen van mijn eigen visie op de Bossche identiteit. Ik ben er namelijk zelf zeer van overtuigd dat er een Bossche identiteit bestaat en heb daarbij mijn eigen ideeën over wat mij wel of niet Bosch maakt. Het is van belang dat ik niet bewust of onbewust stuur in de dataverzameling omdat ik een bepaalde eigen visie op de Bossche identiteit naar boven wil brengen. Daarnaast is het belangrijk dat voorbeelden in het resultatenhoofdstuk duidelijk worden uitgelegd. Het kan namelijk voorkomen dat de voorbeelden voor mij logisch zijn, omdat ik tot de ingroup behoor, maar dat deze voor een niet-Bosschenaar onduidelijk zijn. Dit proces wordt ook wel decentring genoemd (Cole, 2019).

4.5 Data-analyse straatinterviews

De straatinterviews zijn woordelijk getranscribeerd. De transcripten van de straatinterviews zijn vervolgens op inhoud geanalyseerd door te coderen volgens de standaard codeerfases; open, axiaal en selectief coderen. Het open coderen houdt grofweg in dat interviewpassages een code toegewezen krijgen die de desbetreffende passage in steekwoorden samenvat. Vervolgens worden de gecodeerde fragmenten herlezen en zo nodig gehercodeerd en/of gehergroepeerd (axiaal coderen) en tot slot gestructureerd (selectief coderen). Zo is een term als 'gezellig' gecodeerd als 'gezellig' en vervolgens onderverdeeld onder de categorie 'karakterisering'. Uit dit codeerproces is een codeboom met hoofd- en subcodes gemonst, welke te vinden is in bijlage 7 (Dörnyei, 2007; Boeije & Bleijenbergh, 2014). Voor het coderen is de tool *Nvivo* gebruikt.

Het transcribeer- en codeerproces van de straatinterviews heeft simultaan plaatsgevonden met het interviewen zelf. Dat wil zeggen dat niet is gewacht totdat alle interviews zijn afgenomen alvorens te starten met het transcriberen. Op deze manier is het mogelijk gedurende het proces enkele aanpassingen te maken in het interviewschema, al is dit niet nodig geweest. Bovendien werd het transcribeer- en codeerproces van de straatinterviews afgerond voor aanvang van de eerste focusgroep. Zodoende konden de uitkomsten van de straatinterviews meegenomen worden in het opstellen van de topiclijst van de focusgroepen. Deze aanpak getuigt van het iteratieve proces dat gebruikelijk is in kwalitatief onderzoek (Dörnyei, 2007).

4.6 Data-analyse focusgroepen

De focusgroepen zijn eveneens woordelijk getranscribeerd en zijn vervolgens uitgebreid geanalyseerd. Om verschillende vormen van informatie uit de gesprekken te onttrekken zijn een drietal analyses uitgevoerd. Deze triangulatie zorgt ervoor dat de optimale hoeveelheid informatie uit de focusgroepen wordt gehaald.

4.6.1 Gecombineerde interactie- en inhoudsanalyse

Om in kaart te brengen *wat* de respondenten tijdens de focusgroepen hebben gezegd, en hoe ze tot deze onderwerpen zijn gekomen, is een gecombineerde interactie- en inhoudsanalyse uitgevoerd. Een inhoudsanalyse met behulp van de standaard codeerfases bleek niet geschikt voor het analyseren van de focusgroepen, omdat hiermee de interactie tussen de respondenten en de totstandkoming van antwoorden niet goed in kaart gebracht kon worden.

De transcripten van de focusgroepen zijn onderverdeeld in passages, waarbij iedere passage een bepaald gespreksonderwerp beslaat. Vervolgens is voor iedere passage in één à twee kernzinnen antwoord gegeven op twee vragen: ‘Wat wordt er besproken?’ en ‘Hoe kwam dit onderwerp tijdens het gesprek tot stand?’ Daarnaast zijn ook bijzonderheden in de interactie gemarkeerd, zoals momenten waarop het Bossche dialect en accent extra sterk naar voren kwamen bij de respondenten.

4.6.2 Terminologie-analyse

Er is als tweede een terminologie-analyse uitgevoerd om inzicht te krijgen in hoe de respondenten talig laten blijken dat zij Bosschenaren zijn. Deze analyse legt bloot welke termen respondenten impliciet gebruiken voor zelfidentificatie en het duiden van een gemeenschappelijke identiteit. In andere woorden wordt aangetoond welke identiteitsmarkers de respondenten gebruiken als zij spreken over hun Bossche identiteit. Deze analyse toont daarmee aan dat de respondenten spreken vanuit een auto-perspectief en laat onder meer zien waar voornaamwoorden als ‘wij’ en ‘zij’ naar verwijzen. Om een beeld te krijgen van alle termen is met de zoekfunctie van Word gezocht op een aantal (zelf opgestelde) combinaties van persoonlijke voornaamwoorden en werkwoordsvervoegingen (tabel 3). Ook is er gezocht op losse woorden die niet binnen een constructie vielen. Vervolgens zijn de uitkomsten in categorieën verdeeld. Deze worden gepresenteerd in het volgende hoofdstuk.

Tabel 3

Gebruikte talige constructies voor zoekopdrachten

Persoonlijke voornaamwoorden	Werkwoordsvervoegingen
Ik	ben, voel, heb, praat
Wij / We	zijn, hebben, doen
Losse termen	
Wij / We / Ons	n.v.t.
Zij / Ze	n.v.t.

4.6.3 Perspectiefanalyse

De laatste analyse betreft een perspectiefanalyse. Met deze analyse is verduidelijkt vanuit welk perspectief de respondenten spreken en of zij hun eigen perspectief contrasteren met het perspectief

van de Ander. De gedachte achter deze analyse is geïnspireerd door de perspectiveringstheorie van Ten Thije (2006), maar volgt deze niet een op een. Deze theorie gaat er grofweg vanuit dat elk individu een situatie vanuit een eigen perspectief bekijkt, maar wel de mogelijkheid heeft om zich te verplaatsen in andermans perspectief om daarmee communicatie te bevorderen. De bijhorende strategie omschrijft drie fasen van perspectiveren: de eigen kennis standaardiseren, deze kennis perspectiveren ten opzichte van de ander en het eigen perspectief contrasteren tegenover de Ander.

Voor onderhavig onderzoek is de perspectiefanalyse uitgevoerd door in eerste instantie te kijken naar het gebruik van de woorden 'gewoon', 'natuurlijk' en 'normaal'. Het gebruik van deze woorden laat zien dat de respondenten hun eigen kennis en eigen perspectief als 'de standaard' ervaren. Vervolgens zijn in de gevonden constructies, maar ook in het gehele transcript, de momenten aangemerkt waarop de respondenten hun eigen perspectief contrasteren met die van de Ander. Deze analyse helpt daarmee bij het aantonen van welk belang de Ander heeft in het construeren van de eigen identiteit.

5. Resultaten

Onderstaand resultatenhoofdstuk presenteert de resultaten van de straatinterviews en de focusgroepen. De resultaten van de focusgroepen worden weergegeven aan de hand van de drie analyses die zijn uitgevoerd. Tevens worden deze resultaten ondersteunt met voorbeeldpassages uit de transcripten.

5.1 Straatinterviews

Op verschillende plekken in Den Bosch zijn straatinterviews afgenomen met Bosschenaren om top-of-mind associaties met de Bossche identiteit te achterhalen. In totaal zijn er 44 interviews afgenomen waarin 49 respondenten zijn gesproken. Het blijkt dat de respondenten zich op verschillende wijzen identificeren met de term 'Bosschenaar'. Een duidelijke meerderheid (39 respondenten) identificeert zich als Bosschenaar omdat zij in Den Bosch of in de omgeving van Den Bosch woonachtig zijn. Van deze groep benadrukken zeven respondenten nogmaals dat het feit dat ze opgegroeid zijn in Den Bosch actief bijdraagt aan de identificatie als Bosschenaar. Twee respondenten identificeren zich als Bosschenaar vanwege familiale banden en acht respondenten identificeren zich als Bosschenaar omdat Den Bosch hun huidige woonplaats is. Dat de respondenten hoofdzakelijk vanuit een auto-perspectief spreken wordt benadrukt door het gebruik van woorden als 'natuurlijk', 'sowieso' en 'hé'.

Als aan de respondenten wordt gevraagd naar kenmerken of typiciteiten van een Bosschenaar, of van Den Bosch, komt er een opmerkelijke eensgezindheid aan het licht. De kenmerken die zijn genoemd zijn onder te verdelen in twee categorieën: karakterisering en verdichtingssymbolen. Qua karakterisering wordt gezelligheid door veruit de meeste respondenten genoemd (53%), gevolgd door Bourgondisch (31%), gastvrijheid (18%) en directheid en openheid (beide 16%). Ook sociaal (10%), saamhorigheid (8%) en vriendelijkheid (8%) zijn meermaals genoemd. Een nog grotere eensgezindheid is te zien in de typiciteiten die de respondenten met Bosschenaren en Den Bosch associëren. Zo wordt het Bossche (Oeteldonks) carnaval door maar liefst 61% van de respondenten genoemd. De Bossche bol wordt door 51% genoemd en het Bosch dialect door 31%. Ook het uiterlijk van de Bossche binnenstad, inclusief de Bossche draak, is meermaals voorbijgekomen (6%).

5.2 Focusgroepen

5.2.1 Interactie- en inhoudsanalyse

In het eerste deel van de focusgroep zijn de respondenten gevraagd, door middel van afbeeldingen, wanneer zij zich het meest Bosch voelen. Deze afbeeldingen bevatten bepaalde verdichtingssymbolen die bleken uit de literatuur (zie 2.3) en de straatinterviews, zoals de Bossche bol en het Sint-Janskathedraal. Het tweede deel omvatte het definiëren van een Bosschenaar. Het derde en laatste onderdeel ging over de Bossche identiteit en of die al dan niet bestaat.

5.2.1.1 Wanneer voel je je een Bosschenaar?

Als de respondenten gevraagd worden een afbeelding te kiezen die hen het meest Bosch laat voelen hebben de meeste deze keuze snel gemaakt. Zeven respondenten spreken uit dat zij zich het sterkst Bosch voelen wanneer zij deelnemen aan iets wat als typisch Bosch wordt beschouwd, zoals het Bossche Carnaval. De uniciteit van het Bossche Carnaval wordt daarbij meermaals benadrukt. De reden die hiervoor wordt gegeven is dat er een hoge mate van onderlinge verbondenheid heerst met Carnaval en dat op dat moment de gemoedelijke sfeer van Den Bosch extra voelbaar is. Er ontstaat ook onmiddellijk een bepaald enthousiasme onder de respondenten wanneer zij het hebben over Carnaval en hierover herinneringen en anekdotes uitwisselen.

R3: Die andere voor mij zijn heel leuk symbolen. Maar Carnaval heeft direct een gemoedelijke sfeer d'r in mee zitten, die in mijn ogen heel sprekend is voor de Bossche cultuur en voor Bosschenaren. En ja, leuk die gouden draak, maar dat doet niet beeld geven aan die sfeer en die gemoedelijkheid. (F1-R98/100).

Er wordt echter ook een prominente twijfel uitgesproken, namelijk de twijfel tussen het Carnaval en de Bossche binnenstad. Het is voor bijna alle respondenten moeilijk onder woorden te brengen waarom de stad, maar ook andere factoren, nou zo'n Bosch gevoel teweegbrengen. Het wordt onder meer gekoppeld aan een trotsheid op het Bosch pracht en praal, maar ook aan het thuisgevoel dat niet per se beschreven kan worden of kan worden gerelateerd aan iets fysieks. Al wakkeren bijvoorbeeld de Bossche binnenstad, de Bossche draak en de Sint-Janskathedraal dit gevoel wel aan. Dat de respondenten dit thuisgevoel sterk hebben bij Den Bosch is vooral merkbaar wanneer zij in enthousiasme unieke plekken, stamkroegen en andere Bossche herkenbaarheden opsommen.

R4: Omdat, zeg maar, de binnenstad van Den Bosch is zo authentiek en oud, ik kan daar best wel trots op zijn. Ook van, oh, we hebben het oudste bakstenen huis staan enzo. Weet je wel, al die dingen en die feitjes. Dus daardoor ging ik wel twijfelen, ik dacht van ja, daar ben ik wel gewoon heel trots op ofzo. (F1-R191/194).

R6: Op zaterdag ga ik altijd boodschappen doen op de markt, dat is lekker cheap, dan moet ik daar [de Sint-Jan] altijd langs. Ik vind dat gewoon echt een mooi gebouw en gewoon kenmerkend voor dat huisgevoel eigenlijk. (F2-R278/280).

Over het algemeen wordt door de respondenten een duidelijk onderscheid gemaakt tussen symbolen en elementen die echt meegemaakt kunnen worden. Beide laten hen Bosch voelen, maar het zijn vooral de mede-Bosschenaren en Bossche tradities die het sterkste Bossche gevoel naar boven brengen. Dat beperkt zich niet enkel tot Carnaval, maar is ook merkbaar in alledaagse gebeurtenissen of andere tradities zoals het jaarlijks bezoek aan de Kerststal in de Sint-Jan. Het wordt inzonderheid gerelateerd aan de gemoedelijke, Bourgondische sfeer van Den Bosch en de Bossche terrassen.

R3: In mijn ogen wel. Je kunt heel leuk zeggen, dit is echt Den Bosch, in de zin van de cultuur als het ware, en de gebouwen en de binnenstad en dat soort dingen. En de Binnendieze inderdaad. Maar het is, dat staat niet gelijk aan het feit hoe mensen zich gedragen en hoe mensen doen. (F1-R158/160).

Naast de typische Bossche symbolen en het meemaken van de Bossche tradities wordt ook uitgesproken dat respondenten zich sterk Bosch voelen wanneer zij interacteren met niet-Bosschenaren, of met name niet-Brabanders. Dit wordt met name toegeschreven aan het accent en/of het dialect. De respondenten geven aan dat ze zich eigenlijk pas beseffen dat ze een accent hebben, of bepaalde Bossche uitspraken doen, als zij onder niet-Bosschenaren zijn. Opvallend is dat het accent en dialect van de respondenten ook sterker wordt wanneer zij over dit onderwerp praten of bijvoorbeeld een anekdote over Bosschenaren geven. Het is echter niet zo dat respondenten het accent vervolgens van elkaar overnemen of terugpraten in dialect.

I: Waarom voel je je bij dat plaatje nou het meeste Bosch?

R9: Ik heb het dialect, niet per se omdat het echt het plat dialect is, maar meer toen ik naar Rotterdam op school ging, daar praten ze natuurlijk met een zachte r in plaats van een zachte g. Maar ook gewoon bepaalde uitspraken zoals 'kei leuk' dat kennen ze daar bijvoorbeeld helemaal niet. Dan lachten ze me altijd uit van kei, hoezo, noem je een steen weet je wel. Toen merkte ik eigenlijk van, oh ja ik heb eigenlijk wel gewoon een Brabants of Bosch dialect, alleen merk ik dat zelf niet eens. (F2-R183/191).

5.2.1.2 Wanneer is iemand een Bosschenaar?

Bepalen wanneer iemand een Bosschenaar is blijkt voor de respondenten een stuk lastiger te omschrijven dan het Bossche gevoel. Meerdere respondenten, in beide focusgroepen, grijpen dan ook terug op dat gevoel. Zoals onder meer R2 en R8 omschrijven:

R2: Dat mag. Om een Bosschenaar te zijn, moet je je Bosch voelen. [...] Da voelde. (F1-R755/761).

R8: Ik heb om een Bosschenaar te zijn, moet je je zo voelen. (F2-R570).

Het blijkt moeilijk onder woorden te brengen waarom of wanneer iemand een Bosschenaar is. De respondenten stellen duidelijk dat het niet per se één soort mens is. Het is volgens de respondenten een bepaald gevoel en bepaalde verbintenis die je hebt met de stad. Het zijn onderonsjes die je alleen begrijpt als Bosschenaar. Het is de trotsheid die iemand uitstraalt en die ook niet zomaar weggaat. Deze trotsheid wordt door respondenten bovendien veelvuldig expliciet benoemd. De respondenten geven tevens aan dat een buitenstaander zeker een Bosschenaar kan worden, maar dat een 'originele' Bosschenaar het Bosschenaar-zijn niet snel zal verliezen.

R3: Ik vind gewoon dat mensen met trots, als je niet met trots durft te zeggen dat je een Bosschenaar bent, dan ben je geen Bosschenaar. (F1-R801/803).

R8: Ja, trots bent op je stad. Vooral, je ziet het overal voorbij komen. Zelfs van mensen waarvan je weet dat ze hier niet meer wonen, met Carnaval zie je iedereen in Den Bosch, Oeteldonk, whatever. Ik weet niet, het is gewoon, het hoort gewoon bij je ofzo. Je hoort eerder dat mensen hierheen komen en dan Bosschenaar worden, dan dat mensen weggaan hier en geen Bosschenaar meer zijn. Ik heb wel het gevoel dat het iets is wat altijd gewoon blijft, in je, ofzo. (F2-R828/832).

Ondanks dat Bosschenaren als zeer heterogeen worden beschreven, worden er toch al snel karakterisering van een gemiddelde Bosschenaar aangehaald, die bovendien sterk aan opvoeding gerelateerd worden. Zo is de Bosschenaar gastvrij, gezellig en luid. De Bosschenaar zegt waar het op staat, is trots op zijn stad en is boven alles een echte Bourgondiër. Met name dat laatste wordt met klem benadrukt. De Bossche, Bourgondische sfeer is voor de respondenten heel typerend en wordt gedragen door haar inwoners. Zo zitten de Bosschenaren ook bij vrieskou op het terras, onder een warmtelamp. Daarnaast wordt benadrukt dat Bosschenaren elkaar in hun waarde laten. Bosschenaren hebben volgens de respondenten echt het motto: 'leven en laten leven'. Zoals R3 het omschrijft:

R3: Dat ze gewoon van het leven genieten, dat Bourgondische. Ik denk dat dat een heel belangrijk kenmerk is van het Bosschenaar zijn. Gewoon lekker niet zo moeilijk doen, gewoon doen waar je zin in hebt. (F1-R1177/1179).

Bosschenaren worden daarnaast omschreven als warm en vriendelijk. Ze hebben volgens de respondenten een laagdrempelige gezelligheid die niet uit te leggen is. Men groet elkaar, men groet de buschauffeur en de caissière. Dit is volgens de respondenten voor Bosschenaren heel normaal.

R10: Ik had nog wel zo, mijn vriend komt uit Dordrecht en die woonde eerst bij Rotterdam ook, en ik ging dan altijd heel vroeg naar m'n werk, want ik werkte gewoon in Den Bosch dus ging ik elke dag op en neer rijden, en ik kwam altijd tegelijkertijd naar buiten met zijn buurman, en ik zei de eerste morgen 'goeiemorgen' en toen zei hij gewoon niks, dat ik dacht van 'stikt d'r maar in'. (F2-R450/453).

Over die Bossche openheid en gastvrijheid ontstaat echter ook discussie. Zo wordt aangehaald dat Bosschenaren goed kunnen 'kwaibekken' en vooral gastvrij zijn tegenover andere Bosschenaren. Bosschenaren kunnen volgens de respondenten best wel een gesloten kring vormen, iets dat bijvoorbeeld ook goed merkbaar is met Carnaval. Mensen van boven de rivieren zijn dan eigenlijk niet welkom. Dit wordt echter ook weer weerlegd doordat wordt aangegeven dat buitenstaanders wel welkom zijn als ze zich aanpassen aan de Bossche gebruiken. Dit relateert aan de hoge saamhorigheid onder Bosschenaren die door de respondenten wordt benoemd. Den Bosch is volgens de respondenten eigenlijk gewoon een groot dorp en kent een sterke 'ons kent ons'-cultuur. Deze saamhorigheid was volgens de respondenten bijvoorbeeld goed merkbaar tijdens de avondklokken.

Toen gingen FC Den Bosch supporters de stad patrouilleren en beschermen. Bosschenaren zijn trots op hun stad en zullen de handen in een slaan om hiervoor op te komen.

Een ander negatieve eigenschap van Bosschenaren is volgens de respondenten een zekere stugheid, of conservatieve houding. De respondenten met een migratie-achtergrond merken bijvoorbeeld dat Bosschenaren in sommige gevallen best racistisch kunnen zijn en ook in de eerste focusgroep wordt de stugge houding van de Bossche oude stempel tegenover diversiteit benadrukt. Ook benadrukken de respondenten dat de Bossche directheid, dat recht voor z'n raap zijn, soms ook als lomp kan overkomen.

R6: Ja, dat heb ik niet, maar ik heb wel een paar keer op m'n werk gehad, daar [in Utrecht] zijn ze niet zo direct, een beetje d'r omheen lullen. En dat laatst gewoon echt iemand begon te huilen omdat ik zei dat ze moest werken op een zaterdag, en ze zei van 'ja, dat zei je zo lomp'. Terwijl ik letterlijk zei van 'je staat op het rooster, dus je werkt gewoon'. Nou, ik heb ook heel lang hier [in Den Bosch] gewerkt, maar dat is daar nooit gebeurd.

R9: Ja, die vatten dat heel anders op.

R6: Echt een beetje een cultuurshock, eigenlijk. Dat mensen iets heel normaal als lomp zien.

(F2-R1112/1120).

5.2.1.3 Dé Bossche identiteit?

Zodra de respondenten worden gevraagd om te bepalen of dé Bossche identiteit bestaat zorgt dat voor onenigheid. Wederom blijkt het ontzettend moeilijk om dit te definiëren. In de tweede focusgroep wordt bijvoorbeeld eerst stellig gesteld dat dé Bossche identiteit niet bestaat, maar vervolgens worden er wel meerdere elementen opgenoemd die zo'n identiteit zouden vormen. Daarbij is het interessant om te benoemen dat in beide focusgroepen wel meermaals dezelfde voorbeelden worden aangehaald om karakterisering te duiden of situaties te schetsen, bijvoorbeeld: de avondklokrellen waarbij Bosschenaren de straat op gingen om hun stad te beschermen, of de afwezigheid van trams in een hoofdstad als Den Bosch. Dit duidt toch op een zekere gedeelde identiteit die door alle respondenten op eenzelfde manier wordt ingevuld. Ondanks dat is het merkbaar dat het praten in strakke omlijnningen te limiterend is. Zoals R2 en R8 omschrijven:

R2: Ja, dat niet alleen, maar ook wat je niet precies kunt specificeren. Omdat het is niet op het moment, ik geef vijf dingen van de Bossche identiteit, gij hebt er maar drie dus je bent geen Bosschenaar. Dat is niet. (F1-R1428/1430).

R8: Nee, ik denk niet dat je het inderdaad zo specifiek kan zeggen. Als je hieraan voldoet dan ben je er een, maar ik denk dat wel dat er gewoon, ja, een soort van Bossche identiteit in ons allemaal zit. Weetjewel. Wat ons echte Bosschenaren maakt. Het is niet iets waar je je vinger op kan leggen, wat we net al zeiden. Maar ik denk wel dat het er is. Als je snapt wat ik bedoel. (F2-R1279/1282).

De Bossche identiteit is volgens de respondenten niet strak te omlijnen, maar er is wel sprake van een wij-gevoel. Dat zou dan een collectieve identiteit kunnen zijn, maar dat willen ze niet zo stellig zeggen. De identiteit verandert immers ook weer door de jaren heen, omdat er weer nieuwe Bosschenaren worden geboren die de identiteit opnieuw vormgeven. Factoren die bijdragen aan deze collectieve identiteit zijn dan een samenvatting van hetgeen dat al eerder is genoemd.

De Bossche identiteit, of hoe men het ook wil noemen, staat bovendien wel veel dichterbij de respondenten dan hun Nederlandse identiteit. Het Bossche voelt meer als een geheel, het voelt warmer en gemoedelijker. Dit blijkt bij alle respondenten zo te zijn, maar de respondenten met een migratie-achtergrond zijn hier mondiger en stelliger in, zoals in onderstaande fragmenten te zien is. In de eerste focusgroep worden Bosschenaren bovendien de elite van Nederland genoemd, wat verbonden kan worden aan de eerdergenoemde defensiviteit tegenover buitenstaanders.

R6: Ik zou mezelf eerder identificeren als een Bosschenaar, dan als Nederlander. (F2-R1434).

R8: Ik heb niet het gevoel dat ik ben gevormd als Nederlander. Ik ben echt wel gevormd als Bosschenaar. (F2-R1471-1472).

De respondenten zijn ook gevraagd een rangschikking te maken van acht elementen die bij zouden dragen aan de collectieve Bossche identiteit (zie tabel 4 op de volgende pagina). Wederom worden symbolen laag geplaatst en krijgen elementen als Carnaval en de stad een hoger plekje. Ook de Bourgondische sfeer is prominent voor de Bossche identiteit, waarbij de tweede focusgroep deze zelfs zonder aarzeling bovenaan plaatste. Het element dat volgens de eerste focusgroep mist in het rijtje is de Moerasdraak, de groene Bossche omgeving. Het grootste meningsverschil tussen de focusgroepen is de plek van Bossche bol en het dialect. De tweede focusgroep ziet de bol meer als een marketingproduct voor Den Bosch, en niet per se inherent aan de Bossche identiteit. R7 benadrukt bovendien een duidelijk verschil tussen elementen die voor Bosschenaren de Bossche identiteit voeden, en elementen die voor niet-Bosschenaren Den Bosch symboliseren:

R7: Wat ik ook echt leuk vindt, is dit is hoe je je voelt als je in Den Bosch woont en een Bosschenaar bent, en zeg maar de volgorde andersom is als je vanuit buitenaf Den Bosch ziet. (F2-R1617/1618).

5.2.2 Terminologie-analyse

De interactie- en inhoudsanalyse laat zien *wat* de respondenten tijdens de focusgroepen hebben besproken. In onderstaande terminologie-analyse wordt duidelijk *hoe* ze dat hebben besproken. Bovendien laat de analyse zien welke onderwerpen met enkelvoudige voornaamwoorden zijn aangeduid en welke met meervoudige voornaamwoorden.

Tabel 4

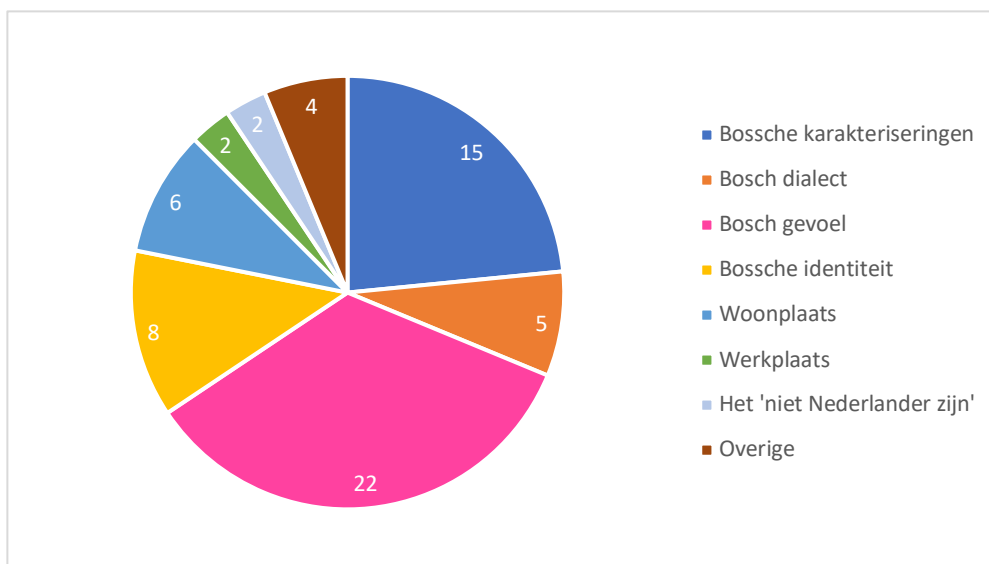
Rangschikking elementen Bossche identiteit

	Focusgroep 1	Focusgroep 2
1	Bosch dialect	Bossche terrassen
2	Oeteldonk	Bossche binnenstad
3	Bossche bol	Sint-Janskathedraal
4	Bossche terrassen	Oeteldonk
5	Sint-Janskathedraal	Bosch dialect
6	Bossche binnenstad	Bossche draak
7	Jeroen Bosch	Jeroen Bosch
8	Bossche draak	Bossche bol

1= meest bijdragend | 8 = minst bijdragend

5.2.2.1 Enkelvoudige voornaamwoorden

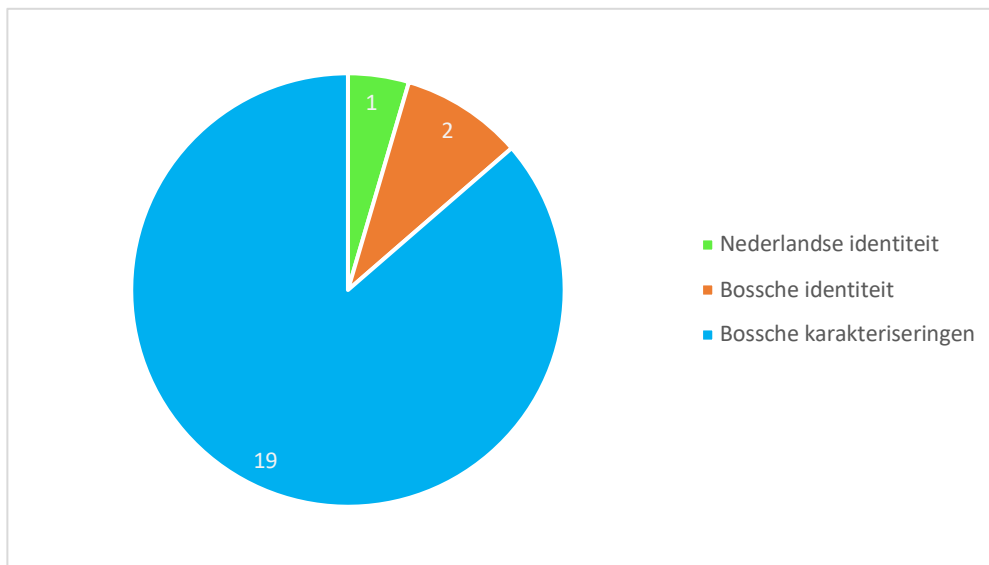
In de focusgroepen is gezocht naar vier enkelvoudige talige constructies, namelijk: 'ik ben', 'ik voel', 'ik heb' en 'ik praat'. In totaal zijn er 64 relevante constructies gevonden. Deze constructies verwezen naar een achttal onderwerpen waarmee de respondenten zich identificeren en, in sommige gevallen, lieten blijken dat zij Bosschenaren zijn. Zo werden er aan deze constructies regelmatig Bossche karakterisering en momenten waarop de respondent zich Bosch voelt gekoppeld. Deze eigenschappen en momenten zijn reeds inhoudelijk besproken in de inhoudsanalyse. Grafiek 1 laat de frequentie van de besproken onderwerpen zien.



Grafiek 1: Enkelvoudige voornaamwoordconstructies; gespreksonderwerpen

5.2.2.2 Meervoudige voornaamwoorden

In de focusgroepen is gezocht naar drie meervoudige talige constructie, namelijk: 'wij/we zijn', 'wij/ze hebben' en 'wij/we doen'. In totaal zijn er 22 relevante constructies gevonden. Deze constructies verwezen naar een drietal onderwerpen. De respondenten verwezen met de meervoudige voornaamwoorden in bijna alle gevallen naar Bossche karakterisering. Eenmalig is er met 'wij/we' verwezen naar de Nederlandse identiteit en twee keer naar de Bossche identiteit. Opvallend is dat, in tegenstelling tot de enkelvoudige voornaamwoorden, het Bossche gevoel ditmaal niet is genoemd. De verdeling van deze onderwerpen is te zien in grafiek 2.



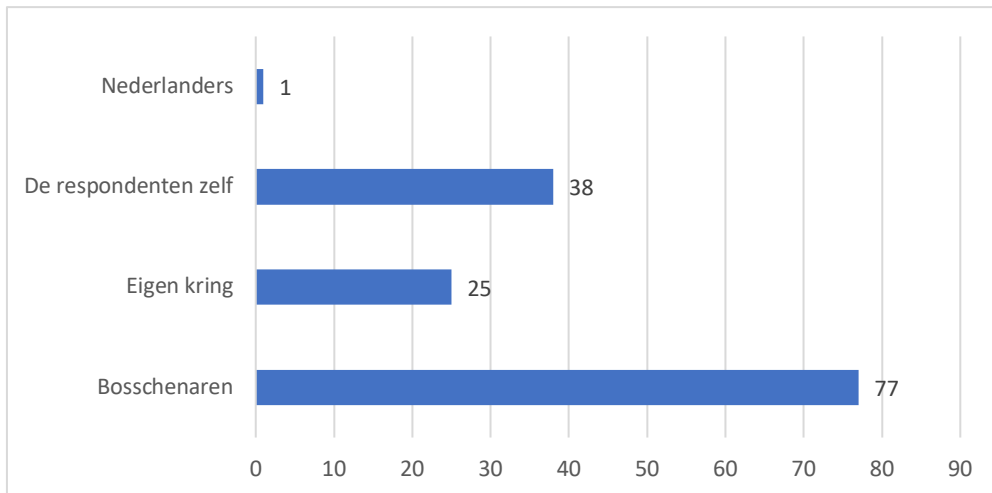
Grafiek 2: Meervoudige voornaamwoordconstructies; gespreksonderwerpen

5.2.2.3 Verwijswoorden

Naast het bekijken van de meervoudige talige constructies, is ook gekeken naar we/wij/ons en zij/ze als verwijswoorden. Onderstaande grafiek (grafiek 3) laat de frequentie zien waarmee we/wij/ons naar een antecedent verwees tijdens de focusgroepen. In totaal zijn we/wij/ons 141 keer gebruikt als verwijswoord. Het blijkt dat de respondenten met het gebruik van we/wij/ons veelvuldig verwijzen naar Bosschenaren als ingroup waar de respondenten deel van uitmaken. Dit is enerzijds logisch, omdat het onderzoek ook is opgezet met de intentie respondenten te spreken die zichzelf als Bosschenaar definieerden. Echter, het veelvuldig gebruik van de verwijswoorden laat zien dat de identificatie sterk aanwezig is. Dit blijkt bijvoorbeeld uit de volgende passages:

R1: Exact dat dat nummer is uitgebracht dat zegt al heel veel over hoe **wij** zijn als volk. (F1-R1004).

R6: Ja, dat vind ik ook. Dat vind ik heel kenmerkend voor **ons** Bosschenaren. (F2-R720).

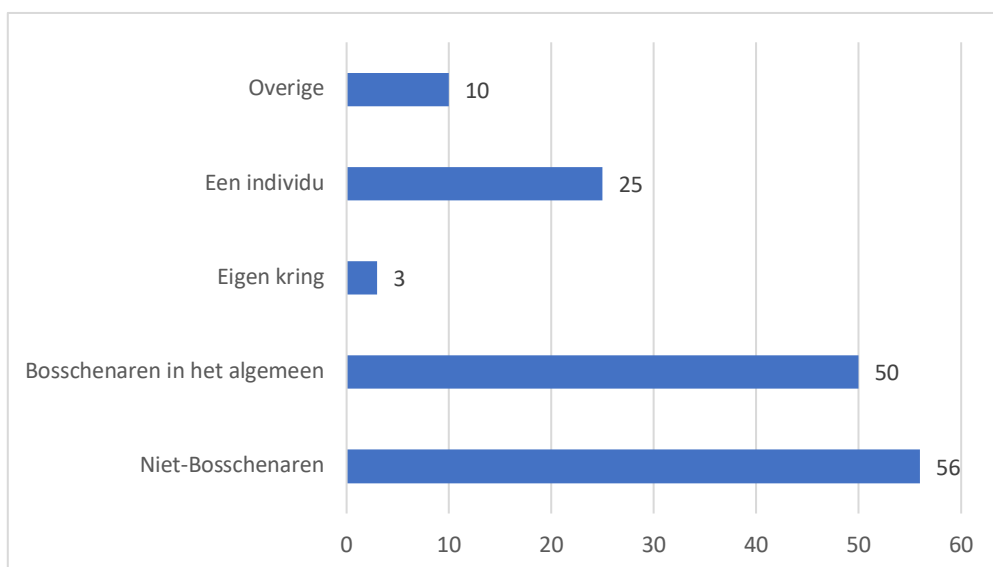


Grafiek 3: Antecedenten we/wij/ons

Grafiek 4 laat de frequentie zijn waarmee ze/zij naar een antecedent verwees tijdens de focusgroepen. In totaal zijn ze/zij 144 keer gebruikt als verwijfswoord. Het is opvallend dat ze/zij bijna evenveel naar Bosschenaren in het algemeen verwijst dan naar niet-Bosschenaren. Het eerste, onderstaande fragment toont zo'n verwijzing naar Bosschenaren, terwijl het tweede fragment een verwijzing naar niet-Bosschenaren laat zien.

R1: Ik heb bij Bosschenaren wel altijd het idee dat je kunt zien dat **ze** geleefd hebben. (F1-R1131).

R9: Maar ik was dan wel de Brabander uit de klas, weet je wel. En dan zei ik ach gerum en dan zeiden **ze** wat zeg je nou, ah me Ger um. (F2-R218/219).



Grafiek 4: Antecedenten ze/zij

5.2.3 Perspectiefanalyse

De derde en laatste analyse verduidelijkt vanuit welk perspectief de respondenten spreken en of zij hun eigen perspectief contrasteren met het perspectief van de Ander. In de transcripten is gezocht op de woorden ‘gewoon’, ‘natuurlijk’ en ‘normaal’ om zo aan te tonen dat de respondenten hun eigen perspectief als ‘de standaard’ ervaren. Dit wordt veelvuldig gedaan door de respondenten. Onderstaande fragmenten schetsen hier een beeld bij.

R2: Dan besepte uw eigen meer, dat hetgeen dat voor jou heel **normaal** was om te zeggen of qua uitdrukking, dat dat bij een ander heel vreemd overkomt. (F1-R220/221).

R7: Ik ook wel hoor, ik wil ook wel **gewoon** hier in Den Bosch. (F2-R97).

R2: Als ik een Bosschenaar voorstel, dan stel ik me eigen niet per se ene mens voor. **Gewoon**. (F1-R1110).

R10: Ja, hier is dat **gewoon normaal**, maar ja, ik dacht het zal wel. Maar ik hield vol, ik dacht ja, ik hou **gewoon** net zo lang vol tot hij ook goedemorgen zegt. Dus toen zei hij goedemorgen en zei ik: maar jij komt zeker **gewoon** uit Brabant. Zei ie: ja, ik zeg: waarom zeg je dan niks. Hij zei: ja, ik ben dat gewend van hier. Want hij was daar al langer. Ik zeg: Ik kom ook uit Brabant dus je kunt **gewoon** iets zeggen. (F2-R457/461).

R6: Ja, dat is echt een cultuurshock. Dat heb ik echt al een paar keer gehad. Dat ik iets heel **normaals** zeg, en hun moeten huilen, ja doe **normaal**, clown. (F2-R1134/1135).

R7: Wij doen niet zo veel moeite voor ons accent, wij praten **gewoon** zo. (F2-R1644).

Tabel 5 laat zien hoe vaak de termen ‘gewoon’, ‘natuurlijk’ en ‘normaal’ gebruikt worden in de focusgroepen, waarbij ‘gewoon’ duidelijk het vaakst voorkomt. Met ‘irrelevant’ wordt bedoeld dat het woord bijvoorbeeld als stopwoord is gebruikt en niet als aanduiding van een standaard.

Tabel 5

Frequentie ‘gewoon’, ‘natuurlijk’ en ‘normaal’

	Frequentie
‘Gewoon’	245
waarvan in contrast	34
waarvan irrelevant	24
‘Natuurlijk’	10
waarvan in contrast	2
waarvan irrelevant	5
‘Normaal’	17
waarvan in contrast	8
waarvan irrelevant	5

Bovenstaande tabel laat zien dat hetgeen wat als standaard wordt ervaren ook vaak gecontrasteerd wordt met een Ander. Deze contrasteringen beperken zich bovendien niet enkel tot passages waarin ‘gewoon’, ‘natuurlijk’ en ‘normaal’ voorkomen. In totaal zijn er 95 passages met een contrastering

geteld in de transcripten. In grafiek 5 is te zien waar de respondenten de Bosschenaren en Bossche identiteit mee contrasteren. Daarnaast illustreren onderstaande fragmenten eveneens dit contrast.

R4: Maar wist je? Blijkbaar is het niet normaal, merkte ik toen ik zeg maar in Amsterdam op kantoor was, toen had ik het erover, om in de winter op een terras te gaan zitten in je winterjas, maar ik zie dat heel veel mensen doen in Den Bosch, maar ik dacht dus dat dat heel normaal was. (F1-R889/891).

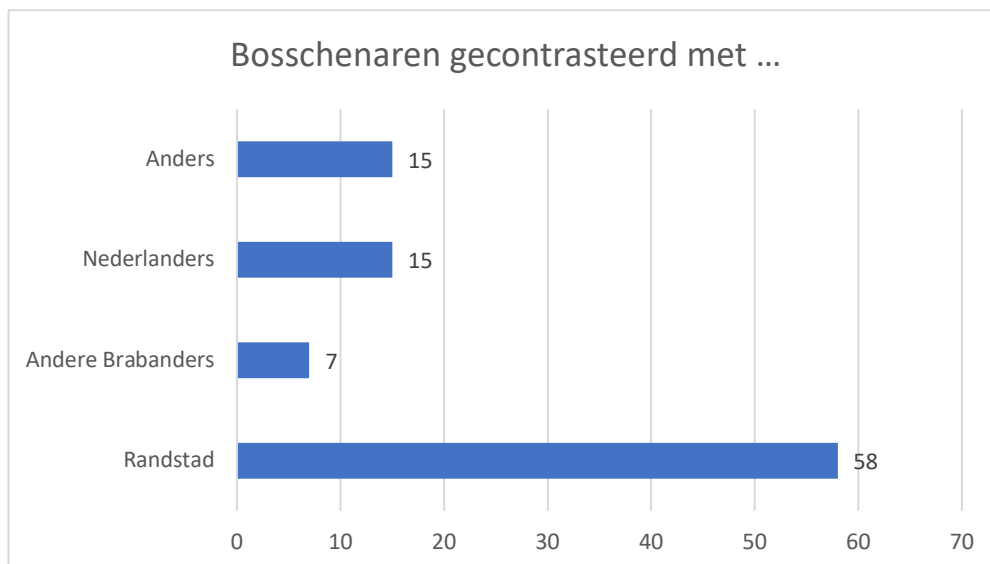
R1: Ja, maar zelfs de hele historische steden. Ze zijn allebei [Amsterdam en Den Bosch] super oud. En hebben genoeg historische gebouwen en qua looks zou je het bijna kunnen vergelijken op sommige punten. En toch voelt het compleet anders aan. Dus het is niet per se dat de oudheid van de stad, of de aanwezigheid van historische panden bijdraagt aan het gevoel. (F1-R382/385).

R5: Ik denk dat wij meer een klik zijn. Meer dan dat, als je in een stad woont, dat je hier toch wel echt, ja, die trots ofzo. Waar we het net over hebben gehad. Dat dat toch anders is als je kijkt ten opzichte van heel Nederland. (F1-R1533/1535).

R10: Ik heb dat elke week. Mijn vriend komt uit Dordrecht, dus als wij dan friet gaan halen dan zeg ik ja wat wil je: ja, patatje met pindasaus. Dan zeg ik: wat wil jij? patatje met pindasaus? da hebben wij hier nie. Je kan een frietje saté krijgen, maar. (F2-R229/231).

R8: Je merkt het hier ook al met terrassen. Als je hier langs het terras loopt, ik vind het zo veel gezelliger dan in Amsterdam ofzo. Terwijl ik zit daar ook graag op een terras, maar het is niet hetzelfde als hier lekker in de stad. Ik weet niet, het is gewoon. (F2-797/799).

R6: Dat is echt heel anders. Ik zou mezelf bijvoorbeeld niet identificeren, ik zou mezelf niet gelijk stellen aan iemand die in Utrecht of in Amsterdam woont. Dat is zo'n andere cultuur, dat is net een ander land gewoon. (F2-R1421/1423).



Grafiek 5: Contrasteringen

6. Discussie

In onderhavig hoofdstuk worden de drie deelvragen beantwoord. Deze deelvragen worden besproken op basis van de gepresenteerde resultaten. Hierbij worden de resultaten gerelateerd aan het contextueel en theoretisch kader.

6.1 Collectieve identiteit of ingroup?

SQ1: Wat is volgens jongvolwassen Bosschenaren de Bossche identiteit?

Identiteit is een complex concept en diens constructie des te meer. De terughoudendheid van de respondenten in het definiëren van ‘de Bossche identiteit’ of het opstellen van een checklist waaraan een Bosschenaar moet voldoen bevestigt deze overtuiging wederom. Het is niet mogelijk om te stellen dat er sprake is van een definitieve, strak omlijnde ‘Bossche identiteit’, maar dat is ook niet waar Heinich (2019) voor pleit. Identiteit is volgens haar namelijk dynamisch en wordt niet geconstrueerd, maar is continu aan het construeren. Identiteit bestaat bovendien uit verschillende identiteitsmarkers (Smeets & Steijlen, 2006) wier relevantie per situatie kunnen verschillen (Bucholtz & Hall, 2005). Een fenomeen dat R8 uitstekend verwoord:

R8: Ik denk dat Bosch zijn deel is van jouw identiteit. Niet dat er zeg maar een identiteit is, maar dat het zeg maar gewoon deel wordt van jou. (F2-R1318/1319).

Desalniettemin, iets waar de respondenten het zonder meer over eens zijn is dat Bosschenaren een ingroup (Jackson, 2014; Hua, 2018) vormen en dat zij daar deel van uitmaken. Er is eerder sprake van een sterk wij-gevoel, dan een strak omlijnde, collectieve identiteit. Zoals de literatuur beschrijft is hierbij de distinctie tussen Zelf en Ander van centraal belang (Jackson, 2014; Leerssen, 2015; Heinich, 2019). De respondenten contrasteerden dan ook regelmatig de Bosschenaren en hun gebruiken en gewoonten met Randstedelingen. De Zelf wordt hierbij sterk afgezet tegen de Ander en dat geeft de respondenten een sterke binding met hun eigen ingroup, die veel dichterbij staat. Zo blijkt dus dat kameraadschap, of saamhorigheid, een belangrijke factor is in het vormen van een ingroup, of *imagined community* (Anderson, 1983). Hiermee onderscheidt de Bossche ingroup zich van een *community of practice* aangezien er geen directe interactie vereist is voor het gedeelde wij-gevoel. Niet alle Bosschenaren kennen elkaar, maar toch voelen ze zich volgens de respondenten onderling verbonden. Deze saamhorigheid wordt ook bevestigd doordat de respondenten de Bossche sfeer en het meemaken van Bossche tradities meer vinden bijdragen aan de Bossche identiteit dan symbolen. Dit sterke wij-gevoel maakt het ook zo dat de respondenten zich veel sterker verbonden voelden met Den Bosch dan met Nederland. Dit gold voor alle respondenten, maar was nog sterker het geval bij de

respondenten met een migratie-achtergrond. Dit is opmerkenswaardig omdat dit ook werd beschreven door Slootman en Duijvendak (2015).

Kortom, wat dé Bossche identiteit precies is, en of die überhaupt bestaat, blijft ergens in de lucht hangen. Dat de Bosschenaren een ingroup vormen die door allerlei factoren bij elkaar wordt gehouden staat echter buiten kijf. De distinctie tussen Zelf en Ander is een van die factoren, maar zeker niet de enige.

6.2 Invulling van de Bossche identiteit

SQ2: Waaraan relateren jongvolwassen Bosschenaren hun Bossche identiteit?

Naast dat de Bossche identiteit van de respondenten wordt geconstrueerd in contrast met de Ander en op basis van identificatie met de Zelf, zijn er ook andere factoren genoemd die bijdragen aan de identiteitsconstructie. Voortbouwend op de Ander geven de respondenten aan dat hun Bossche identiteit sterk gevoed wordt door identiteitstoeschrijvingen. Het valt de respondenten regelmatig op hoe Bosch ze zijn, als ze zich begeven in situaties met niet-Bosschenaren, wat ze vervolgens extra Bosch laat voelen. Echter, het kan ook een omgekeerd effect hebben. Zo omschrijft een respondent dat niet-Bosschenaren altijd vragen om Bossche bollen. De respondent kreeg daarbij het gevoel dat haar Bossche identiteit gelijk werd gesteld aan dit gebakje, wat ervoor zorgde dat de Bossche bol voor haar steeds minder bij ging dragen aan haar Bossche identiteit (F2-R513). Deze wisselwerking tussen toeschrijving en zelfperceptie is daarmee een treffend voorbeeld voor Heinrich's (2019) identiteitstheorie. Bovendien illustreert dit voorbeeld uitstekend hoe de media identiteitstoeschrijving kan beïnvloeden (Siapera, 2010).

Evengoed, het zijn zeker niet alleen Ander-gerelateerde factoren die bijdragen aan de Bossche identiteitsconstructie. Uiterlijk en huidskleur, door Siapera (2010), Hall (2013) en Jackson (2014) genoemd als belangrijke factoren in identiteitsconstructie, worden door de respondenten niet als belangrijk ervaren voor hun binding met hun Bosch-zijn. Taal is echter wel een belangrijke bindingsfactor (Hua, 2018; De Hart & Versantvoort, 2019). De respondenten geven aan dat je een Bosschenaar pas echt herkent als hij zijn mond open doet. Tevens wordt benoemd dat het Bosch accent, het Bosch dialect en bepaalde Bossche uitdrukkingen de respondenten erg Bosch laten voelen. Dit wordt zelfs meermaals expliciet benoemd (o.a. F2-R65; F1-R1656). De taal in combinatie met de gebruiken resulteert in een soort gemeenschappelijke kennis die volgens de respondenten typisch is voor Bosschenaren en hun omgang met elkaar. Dit getuigt van de aanwezigheid van wat Goebel (2017) omschrijft als *shared understandings* of gemeenschappelijke referenties (Messelink & Ten Thije, 2012) en wat Leerssen (2015) omschrijft als de *unwritten code*. Daarnaast geven de respondenten ook

expliciet aan dat deze manier van communiceren aangeleerd wordt tijdens de opvoeding (F2-R1224), waarmee wordt gesuggereerd dat er sprake is van *language socialization* (Ochs, 1996).

Uit het onderzoek is bovendien gebleken dat de respondenten hun Bossche identiteit sterk relateren aan enerzijds Bossche karakterisering en anderzijds Bossche verdichtingssymbolen (Elpers, 2009). In overeenstemming met de literatuur zijn het voornamelijk de architectuur van de stad en de lokale feesten en tradities, zoals het Carnaval, die bijdragen aan het Bosch gevoel (Paasi, 2003; Terlouw, 2009; Cornips & Stengs, 2010). Het is noemenswaardig dat de genoemde symbolen en karakterisering overkomen met hoe 'de Bossche identiteit' dikwijls omschreven wordt. De respondenten noemen namelijk het complete pakket op dat Visit Den Bosch (z.d.-e) en Viergever en Konings (2017) ook omschrijven. Dit pakket bevat onder andere symbolen als de Sint-Janskathedraal, de moerasachtige omgeving, de architectuur en de Bossche bol. Ook worden door beide karakterisering als trotsheid op de stad, saamhorigheid, gastvrijheid, gezelligheid en Bourgondisch genoemd.

6.3 Identiteit en taal

SQ3: Hoe komt de Bossche identiteit van jongvolwassen Bosschenaren talig tot uiting?

Hoe de respondenten de collectieve en hun individuele Bossche identiteit construeren is niet alleen bekeken vanuit een inhoudelijke hoek. Er is ook gekeken naar hoe dat tijdens de focusgroep talig tot uiting kwam. Het eerste wat de linguïstische analyses bevestigen is dat de respondenten inderdaad vanuit een auto-perspectief hun verhaal vertellen en dat het beeld dat in onderhavig onderzoek geschetst is dus een zelfbeeld betreft, ofwel een auto-image (Leerssen, 2007). Dit kon al verondersteld worden op basis van de steekproef, maar deze bevindingen bevestigen het. Dit blijkt onder meer uit de ik- en wij-vormen die de respondenten gebruiken in relatie tot Bossche karakterisering en de Bossche identiteit. Daarnaast wordt regelmatig het woord 'gewoon' gebruikt om eigen ervaringen als 'de standaard' te categoriseren.

Uit de focusgroepen bleek dat de respondenten makkelijker over hun eigen Bossche identiteit praatten, dan over de collectieve Bossche identiteit. Dit blijkt onder meer uit het feit dat de respondenten vanuit de ik-vorm het vaak over het Bosch gevoel hebben, terwijl dat bij de wij-vorm niet aan bod komt. Uit de terminologie-analyse is bovendien gebleken dat de ik-vorm überhaupt vaker is gebruikt dan de wij-vorm in relevante voornaamwoordconstructies, zoals 'ik voel', 'ik ben' of 'wij zijn'. Dit laat zien dat de respondenten de Bossche identiteit sterk als deel zien van hun eigen identiteit, ofwel als identiteitsmarker (Smeets & Steijlen, 2006). Het toont echter ook aan dat de respondenten

niet vanuit een collectief spreken, aangezien de constructie 'wij + actief werkwoord' weinig wordt gebruikt.

Alhoewel de wij-vorm weinig wordt gebruikt in actieve voornaamwoordconstructies en de respondenten dus niet spreken vanuit een collectief, rekenen ze zichzelf wel tot dat collectief door we/wij/ons veelvuldig te gebruiken als verwijswwoorden. De respondenten rekenen zich regelmatig tot de Bossche ingroup door met 'wij' expliciet te verwijzen naar Bosschenaren, als in: de groep waar ik deel van uitmaak. Dit bevestigt het beeld dat is geschetst; het beeld van een saamhorig Den Bosch waar de respondenten deel van uitmaken, maar waar niet stellig over kan worden gezegd dat er sprake is van een collectieve identiteit.

Naast dat we/wij/ons als verwijswwoorden worden gebruikt, gebruiken de respondenten eveneens verwijswwoorden als zij/ze. Hiermee wordt logischerwijs de Ander aangeduid, maar ook regelmatig de ingroup in het algemeen. Op het moment dat respondenten karakterisering en symbolen van de Bossche identiteit opnoemen en standaardiseren (bijvoorbeeld met het woord 'gewoon' of 'normaal') wordt dat opgevolgd door een contrastering met de Ander, zoals R4 doet in het volgende fragment:

R4: Maar wist je? Blijkbaar is het niet normaal, merkte ik toen ik zeg maar in Amsterdam op kantoor was, toen had ik het erover, om in de winter op een terras te gaan zitten in je winterjas, maar ik zie dat heel veel mensen doen in Den Bosch, maar ik dacht dus dat dat heel normaal was. (F1-R889/891).

Het gebruik van zij/ze, we/wij/ons en standaardisering toont niet alleen aan dat de respondenten spreken vanuit een auto-perspectief, maar laat ook goed zie hoe de respondenten hun eigen Bossche identiteit, en de Bossche identiteit in het algemeen, afzetten tegen de Ander (Jackson, 2014). Als er een contrast wordt gemaakt is dit in de meeste gevallen met de Randstad. Het is al eerder gebleken dat de respondenten zich niet sterk verhouden tot Nederland, dus dat is niet opvallend. Bovendien hebben de respondenten het over een lokale identiteit en kan het als logisch opgevat worden dat deze vergeleken wordt met een andere lokale identiteit in plaats van een nationale.

Het mag dus duidelijk zijn dat taal een belangrijke rol speelt in het uiten en construeren van identiteit. Taal helpt bij het contrasteren van Zelf en Ander, het standaardiseren van eigen kennis en bij het creëren van een saamhorig collectief. Dit zijn allen factoren die van invloed zijn op de constructie van de Bossche identiteit zoals omschreven in onderhavig onderzoek.

7. Conclusie en aanbevelingen

In dit slothoofdstuk wordt de hoofdvraag beantwoord. Eveneens wordt er teruggeblikt op het onderzoeksproces en worden er suggesties voor vervolgonderzoek gedaan.

7.1 Conclusie

RQ: Hoe construeren jongvolwassen Bosschenaren de Bossche identiteit?

Identiteit en identiteitsconstructie zijn ingewikkelde concepten. Uit onderhavig onderzoek is gebleken dat de respondenten liever niet spreken over dé Bossche identiteit, al beschrijven ze de Bosschenaren wel als een heterogeen collectief waar zij deel van uitmaken. Dit wordt expliciet uitgesproken door de respondenten, maar blijkt ook uit hoe zij zich talig uiten. Dit heterogeen collectief, ofwel deze ingroup, wordt grotendeels geconstrueerd op basis van dezelfde factoren die de literatuur beschrijft in relatie tot (nationale) identiteitsconstructie. Het blijkt dat 'de Bossche identiteit' volgens jongvolwassen Bosschenaren grotendeels geconstrueerd wordt op basis van karakterisering, zoals gezelligheid, Bourgondisch en gastvrijheid; en verdichtingssymbolen, zoals lokale feesten, het dialect en architectuur. Daarnaast spelen de contrasteringen tot de Ander en identiteitstoeschrijvingen ook een prominente rol in de constructie van zowel de collectieve als de individuele Bossche identiteit.

Het feit dat de uitkomsten van het onderzoek veelal overeenkomen met de literatuur is opvallend aangezien het merendeel van de literatuur spreekt over identiteit en identiteitsconstructie in algemene of nationale zin. Bovendien is het noemenswaardig dat theorieën over (nationale) identiteitsconstructie, zoals bijvoorbeeld de *imagined communities* van Anderson (1983) en de ingroup-outgroup dynamiek (Jackson, 2014; Hua, 2018), sterker applicabel zijn in de regionale context van het onderzoek dan bijvoorbeeld de *communities of practice* (Cole & Meadows, 2013); terwijl die laatste het juist heeft over kleinere groepen. Deze vaststelling roept nieuwe, interessante vragen op die verder onderzoek behoeven. Als laatste impliceren de uitkomsten van het onderzoek dat regionale identiteit sterker aanwezig is bij de jongvolwassen respondenten dan hun nationale identiteit. In het nationale identiteitsdebat is een prominente plek voor de regio dan ook niet misstaand.

7.2 Terugblik

Onderhavig onderzoek heeft op verschillende manieren inzicht gegeven in de aard van de Bossche identiteit conform jongvolwassen Bosschenaren. Beide onderzoeksmethoden getuigen van een hoge mate van saturatie, wat de resultaten van het onderzoek een stevige fundering geeft. Hoewel het onderzoek zeker iets kan zeggen over jongvolwassen Bosschenaren, zit daar ook een kanttekening aan. De respondenten zijn namelijk hoofdzakelijk geworven in het eigen netwerk. Er is gepoogd de uitnodiging verder uit te zetten, maar alle respondenten hadden wel op enige manier een connectie

tot de onderzoeker. Dit heeft niet gezorgd voor een bias van de onderzoeker, maar maakte het wel zo dat alle respondenten uit een bepaalde hoek van de populatie kwamen. Dit kan de resultaten hebben getekend.

Een andere factor die het onderzoek wellicht getekend heeft is de periode waarin het onderzoek is uitgevoerd. De straatinterviews zijn afgenomen voor het Carnavalsweekend en de focusgroepen daarna. Dat de onderzoeksperiode zo dicht op het Carnaval zat was niet te vermijden, maar heeft er wellicht voor gezorgd dat dit onderwerp meer top-of-mind was dan bijvoorbeeld in de zomer. Dit is echter niet na te gaan.

7.3 Suggesties voor vervolgonderzoek

De waarneming dat theorieën over nationale identiteitsconstructie ook toepasbaar zijn in een regionale context roept interessante vragen op. Dit suggereert namelijk dat de verkleining van de ingroup, van de *imagined community*, niet afdoet aan de relevantie van de theorie. Het zou interessant zijn om de ingroup nog verder te verkleinen en na te gaan of de theorieën zich dan nog steeds staande houden. Zijn de theorieën bijvoorbeeld overdraagbaar naar de identiteit van een bedrijf, een wijk of een sportclub? Of bijvoorbeeld een ander soort ingroup, zoals een generatie? Denk bijvoorbeeld aan: 'de collectieve identiteit van de millennials'. Het is bij dit soort onderzoeken wel van belang de theorie over nationale identiteitsconstructie verder uit te diepen, aangezien onderhavig onderzoek met name theorieën over identiteit en identiteitsconstructie in het algemeen heeft gepresenteerd, zonder nationale focus.

Daarnaast blijft het relevant om een regionale identiteit is haar totaliteit te karteren. Uit het onderzoek van De Hart en Versantvoort (2019) blijkt namelijk dat alle respondenten de Nederlandse identiteit op een vrij gelijke manier vormgeven, ondanks hun onderlinge verschillen. In onderhavig onderzoek is mede om pragmatische redenen een focus aangebracht op jongvolwassenen en heeft de mogelijkheid om de bevinding van De Hart en Versantvoort (2019) te ondertekenen zich niet voorgedaan. Door alle lagen van de populatie mee te nemen kan een vergelijkend onderzoek als *Denken aan Nederland* worden opgezet, maar dan voor een regionale identiteit. Dit draagt dan niet alleen bij aan het maatschappelijk debat en het doorbreken van het Hollandocentrisme, maar geeft ook meer substantie aan de waarneming dat theorieën over algemene en nationale identiteitsconstructie toepasbaar zijn in een regionale context.

Bronnenlijst

- Agha, A. (2015). Tropes of slang. *Signs and Society*, 3(2), 306–330. <https://doi.org/10.1086/683179>
- Anderson, B. (1983). *Imagined communities*. Verso.
- Andriessen, I. (2019). *H15: Nederland inside out: Denkend aan Nederland*. Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Baarda, B., & Bakker, E. (2018). *Basisboek kwalitatief onderzoek* (4de editie). Noordhoff.
- Baarda, B., & Van der Hulst, M. (2017). *Basisboek interviewen* (4de editie). Noordhoff.
- Bauman, R. (2000). Language, identity, performance. *Pragmatics. Quarterly Publication of the International Pragmatics Association (IPrA)*, 10(1), 1–5.
<https://doi.org/10.1075/prag.10.1.01bau>
- Beller, M. (2007). Perception, image, imagology. In M. Beller & J. Leerssen (Reds.), *Imagology: The cultural construction and literary representation of national characters* (pp. 3–16). Rodopi.
- Beller, M., & Leerssen, J. (2007). *Imagology: The cultural construction and literary representation of national characters*. Rodopi.
- Benson, J. E., & Elder, G. H. (2011). Young adult identities and their pathways: A developmental and life course model. *Developmental Psychology*, 47(6), 1646–1657.
<https://doi.org/10.1037/a0023833>
- Boeije, H., & Bleijenbergh, I. (2014). *Analyseren in kwalitatief onderzoek* (2de editie). Boom Lemma.
- Boschlogie. (z.d.). *Boschlogie*. Geraadpleegd op 18 januari 2022, van <https://www.boschlogie.nl>
- Braber, N. (2009). “I’m not a fanatic Scot, but I love Glasgow”: Concepts of local and national identity in Glasgow. *Identity*, 9(4), 307–322. <https://doi.org/10.1080/15283480903422780>
- Brand, C., & Van der Sijs, N. (2007). Geen taal, geen natie: Parlementaire debatten over de relatie tussen de Nederlandse taal en de nationale identiteit. In C. C. Van Baalen, A. S. Bos, W. Breedveld, M. H. C. H. Leenders, J. J. M. Ramakers, & W. P. Secker (Reds.), *De moeizame worsteling met de nationale identiteit* (pp. 43–56). Boom.
- Broeders, D., Kremer, M., & Meurs, P. (2008). Identificatie met Nederland. *Migrantenstudies*, 3, 164–169.
- Bucholtz, M., & Hall, K. (2005). Language and identity. *A Companion to Linguistic Anthropology*, 369–394. <https://doi.org/10.1002/9780470996522.ch16>
- Bucholtz, M., & Hall, K. (2010). Locating identity in language. In C. Llamas & D. Watt (Reds.), *Language and Identities* (pp. 18–28). Amsterdam University Press.
- Byram, M. (2006). *Languages and identities*. University of Durham. <https://rm.coe.int/preliminary-study-languages-and-identities-intergovernmental-conferenc/16805c5d4a>

- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2022, 4 januari). *Jongeren en ouderen per gemeente*. Geraadpleegd op 15 februari 2022, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/regionaal/jongeren-en-ouderen>
- Cole, D. (2019). Looking for rapport in the metacommunicative features of an ethnographic interview. In Z. Goebel (Red.), *Rapport and the Discursive Co-Construction of Social Relations in Fieldwork Encounters* (pp. 17–31). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9781501507830-002>
- Cole, D., & Meadows, B. (2013). Reimagining sociolinguistic identification in foreign language classroom communities of practice. *Social Identities and Multiple Selves in Foreign Language Education*, 121–138. <https://doi.org/10.5040/9781472542045.ch-006>
- Cornips, L., & Stengs, I. L. (2010). Regionale identiteit: Het belang van het lokale voor de beleving van wie we zijn. *Idee: wetenschappelijk tijdschrift D'66*, 31(5), 10–13.
- Corporaal, M. (2019). *Boekrecensie: Regionalism and modern Europe. Identity construction and movements from 1890 to the present day*. De Moderne Tijd. Geraadpleegd op 14 januari 2022, van <https://demodernetijd.nl/boekzaal/boekrecensie-nunez-seixas-storm-2019-corporaal/>
- Danse, S. (2022, 18 januari). *Je bent pas een echte Bosschenaar als . . .* [Facebookgroep]. Facebook. <https://www.facebook.com/groups/515950045129642/>
- De Hart, J. (2019). *H17: Slotoverwegingen: Denkend aan Nederland*. Sociaal en Cultureel Planbureau.
- De Hart, J., & Versantvoort, M. (2019). *H1: Inleiding: Denkend aan Nederland*. Sociaal en Cultureel Planbureau.
- De Jong, A. (2001). *De dirigenten van de herinnering. Musealisering en nationalisering van de volkscultuur in Nederland 1815–1940*. Sun.
- De Vries, C., & Hoffmann, I. (2016). *Globalisierungsangst oder Wertekonflikt? Wer in Europa populistische Parteien wählt und warum*. Bertelsmann Stichting. https://www.bertelsmannstiftung.de/fileadmin/files/user_upload/EZ_eupinions_Fear_Studie_2016_DT.pdf
- Den Bosch Cultuurstad. (z.d.). *Den Bosch cultuurstad*. Geraadpleegd op 18 januari 2022, van https://www.denbosch-cultuurstad.nl/Categorie/Den_Bosch
- Dörnyei, Z. (2007). *Research methods in applied linguistics*. Oxford University Press.
- Duijvendak, M. (2008). Ligamenten van de staat? Over regionale identiteit en de taaiheid van de provincie. *BMGN - Low Countries Historical Review*, 123(3), 342–354. <https://doi.org/10.18352/bmgn-lchr.6840>
- Elpers, S. (2009). *Hollandser dan kaas*. Amsterdam University Press.
- Erfgoed 's-Hertogenbosch. (z.d.). *Erfgoed 's-Hertogenbosch.nl*. Geraadpleegd op 18 januari 2022, van <https://www.erfgoedshertogenbosch.nl>

- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. Norton.
- Erikson, E. H. (1988). Youth: Fidelity and diversity. *Daedalus*, 117, 1–24.
- Goebel, Z. (2017). From neighborhood talk to talking for the neighborhood. In M. Tomlinson & J. Millie (Eds.), *The Monologic Imagination* (pp. 121–141). Oxford University Press.
- Goossen, H. (2017, 9 oktober). *Geen Limburgse schilder te vinden in 'hollandocentrisch' Rijksmuseum*. De Limburger. Geraadpleegd op 14 januari 2022, van https://www.limburger.nl/cnt/dmf20171009_00048649
- Gotink, B. (2017, 12 april). *Ik Ben Bosch: Dwarsdoorsnee van de Bosschenaar*. Brabants Dagblad. Geraadpleegd op 18 januari 2022, van <https://www.bd.nl/stadsgezicht-den-bosch/ik-ben-bosch-dwarsdoorsnee-van-de-boschenaar~a408147d/>
- Gotink, B. (2018, 28 februari). *Graffitipanden op de Kop van 't Zand: een vieze ouwe bende of een mooi stukje Bossche identiteit?* Brabants Dagblad. Geraadpleegd op 17 januari 2022, van <https://www.bd.nl/stadsgezicht-den-bosch/graffitipanden-op-de-kop-van-t-zand-een-vieze-ouwe-bende-of-een-mooi-stukje-bossche-identiteit~ada8b819/>
- Grever, M., & Ribbens, K. (2007). *Nationale identiteit en meervoudig verleden*. Amsterdam University Press.
- Groeten uit Den Bosch. (z.d.). *Groeten uit Den Bosch*. Geraadpleegd op 18 januari 2022, van <https://groetenuitdenbosch.nl>
- Hall, S., Nixon, S., & Evans, J. (2013). *Representation* (2de editie). SAGE Publications.
- Heinich, N. (2019). *Wat onze identiteit niet is*. Prometheus.
- Hendry, L. B., Mayer, P., & Kloep, M. (2007). Belonging or opposing? A grounded theory approach to young people's cultural identity in a majority/minority societal context. *Identity*, 7(3), 181–204. <https://doi.org/10.1080/15283480709336930>
- Hoge Raad van Adel. (1999, 25 juni). *Wapen: Gemeente 's Hertogenbosch*. Geraadpleegd op 25 maart 2022, van <https://www.therightproductions.nl/hogeraadvanadel/index.php?id=109&wapen=1925>
- Hua, Z. (2018). *Exploring intercultural communication*. Routledge.
- Indisch Herinneringscentrum. (2014, 16 juli). *Hoe Indisch ben jij? Deel 1 van 3* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=vLxLGewx77k>
- Jackson, J. (2014). *Introducing language and intercultural communication*. Taylor & Francis.
- Kennedy, J. (2020). *Open vensters voor onze tijd: De canon van Nederland herijkt*. Amsterdam University Press.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. The University of Chicago Press.
- Leerssen, J. (2007). Image. In M. Beller & J. Leerssen (Eds.), *Imagology: The cultural construction and literary representation of national characters* (pp. 342–344). Rodopi.

- Leerssen, J. (2015). *Nationalisme* (1ste editie). Amsterdam University Press.
- Leerssen, J. (2019). Appendix. In J. De Hart & M. Versantvoort (Reds.), *H1: Inleiding: Denkend aan Nederland* (pp. 33–38). Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Lynch, G. (2010). Kenya's new indigenes: Negotiating local identities in a global context. *Nations and Nationalism*, 17(1), 148–167.
- Marcia, J. E. (2002). Adolescence, identity, and the Bernardone family. *Identity*, 2(3), 199–209.
https://doi.org/10.1207/s1532706xid0203_01
- Meder, T. (2010). Volkscultuur en identiteit. *Levend Erfgoed*, 2, 14–21.
- Meier, A. J. (2010). Culture and its effect on speech act performance. *Speech Act Performance: Theoretical, Empirical and Methodological Issues*, 75–90.
- Messelink, A., & Ten Thije, J. D. (2012). Unity in super-diversity. *Dutch Journal of Applied Linguistics*, 1(1), 80–101. <https://doi.org/10.1075/dujal.1.1.07mes>
- Ministerie van Algemene Zaken. (2007, 24 september). *Toespraak van Prinses Máxima, 24 september 2007*. Toespraak | Het Koninklijk Huis. Geraadpleegd op 12 januari 2022, van <https://www.koninklijkhuis.nl/documenten/toespraken/2007/09/24/toespraak-van-prinses-maxima-24-september-2007>
- Moscovitz, H. (2020). Between nationalism and regionalism: Higher education policy and national/regional identity in Quebec and Wallonia. *Nations and Nationalism*, 26(3), 708–726.
<https://doi.org/10.1111/nana.12612>
- Nationale identiteit*. (z.d.). Wikipedia. Geraadpleegd op 12 januari 2022, van https://nl.wikipedia.org/wiki/Nationale_identiteit
- NBTC. (2019). *Perspectief 2030*.
- Nelsen, E. A., & Rosenbaum, E. (1972). Language patterns within the youth subculture: Development of slang vocabularies. *Merrill-Palmer Quarterly of Behavior and Development*, 18(3), 273–285. <https://www.jstor.org/stable/23084611>
- Ochs, E. (1996). Linguistic resources for socializing humanity. In J. Gumperz & S. Levinson (Reds.), *Rethinking Linguistic Relativity* (pp. 407–437). Cambridge University Press.
- Ochs, E., & Kremer-Sadlik, T. (2015). How postindustrial families talk. *Annual Review of Anthropology*, 44(1), 87–103. <https://doi.org/10.1146/annurev-anthro-102214-014027>
- Oliven, R. G. (2006). National and regional identities in Brazil: Rio Grande do Sul and its peculiarities. *Nations and Nationalism*, 12(2), 303–320.
- Paasi, A. (2003). Region and place: Regional identity in question. *Progress in Human Geography*, 27(4), 475–485.
- Prins, J. (2018). Longing to belong: Moroccan-Dutch young people's narrations of national belonging.

- In K. Davis, H. Ghorashi, & P. Smets (Eds.), *Contested Belonging: Spaces, Practices, Biographies* (pp. 289–311). EBSCO Publishing.
- Provincie Brabant. (2020, 9 februari). *'s-Hertogenbosch: De gastvrije cultuurstad van het zuiden*. Brabant Brand Box. Geraadpleegd op 18 januari 2022, van <https://www.brabantbrandbox.com/nl/over-de-regio-brabant/het-verhaal-van-brabant/s-hertogenbosch/>
- Quist, G., & Sas, C. (2010). Cultural complexity in Dutch language learning: Tendencies and tensions. In J. Fenouillet & C. Ros I Solé (Eds.), *Mobility and Localisation in Language Learning* (pp. 173–198). Peter Lang.
- Reelick, L. (2002). *Bosch woordenboek* (2de editie). Adr. Heinen.
- Robertson, R. (1994). Globalisation or glocalisation? *Journal of International Communication*, 1(1), 33–52.
- Schalk, S. (2011). Self, other and other-self: Going beyond the self/other binary in contemporary consciousness. *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology*, 2(1), 197–210.
- Schuurmans, A. (1999). Plattelandscultuur in de negentiende en vroeg twintigste eeuw: Modernisering en glocalisering: Een essay. In *Jaarboek van het Nederlands Openlucht Museum* (pp. 270–302). Boom.
- Shadid, W. (2005). Berichtgeving over moslims en de islam in de westerse media: Beeldvorming, oorzaken en alternatieve strategieën. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 33(4), 330–346. <https://doi.org/10.5117/2005.033.004.330>
- Siapera, E. (2010). *Cultural diversity and global media*. Wiley-Blackwell.
- Silver, L., Fagan, M., Connaughton, A., & Mordecai, M. (2021). *Views about national identity becoming more inclusive in U.S., Western Europe*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/global/2021/05/05/views-about-national-identity-becoming-more-inclusive-in-us-western-europe/>
- Slootman, M., & Duijvendak, J. (2015). Feeling Dutch: The culturalization and emotionalization of citizenship and Second-Generation belonging in the Netherlands. In N. Foner & P. Simon (Eds.), *Fear, Anxiety, and National Identity* (pp. 147–168). The Russell Sage Foundation.
- Smeets, H., & Steijlen, F. (2006). *In Nederland gebleven: De geschiedenis van de Molukkers 1951–2006*. Bert Bakker.
- Stephen, M. D. (2015). 'Can you pass the salt?': The legitimacy of international institutions and indirect speech. *European Journal of International Relations*, 21(4), 768–792.
- Stokes, B. (2017). *What it takes to truly be "one of us"*. Pew Research Center.

- <https://www.pewresearch.org/global/wp-content/uploads/sites/2/2017/02/Pew-Research-Center-National-Identity-Report-FINAL-February-1-2017.pdf>
- 't Hart, M. (2017). Dossier 10.1: Globalisering en de behoefte aan versterking van de nationale identiteit. *De Wereld en Nederland*, 29.
- [https://www.boomgeschiedenis.nl/media/14/dossier_10.1\(1\).pdf](https://www.boomgeschiedenis.nl/media/14/dossier_10.1(1).pdf)
- Te Velde, H. (2008). De missing link van de nationale identiteit. *Kroniek maatschappij en cultuur. Internationale Neerlandistiek*, 46(2), 33–38.
- Ten Thije, J. D. (2006). The notion of 'perspective' and 'perspectiving' in intercultural communication research. In K. Bührig & J. D. Ten Thije (Eds.), *Beyond Misunderstanding. The linguistic analysis of intercultural communication* (pp. 97–153). Benjamins.
- Terlouw, K. (2009). Rescaling regional identities: Communicating thick and thin regional identities. *Studies in Ethnicity and Nationalism*, 9(3), 452–464.
- Tiemeijer, W. (2021). *Project Nederland: Van feitelijke naar gewenste nationale identiteit*. Amsterdam University Press.
- Van de Donk, W. B. H. J., Hancher, L., Van Lieshout, P. A. H., Meurs, P. L., Nooteboom, B., De Vries, G. H., Winsemius, P., & Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid. (2007). *Identificatie met Nederland*. Amsterdam University Press.
- Van der Plank, P. (2020, 5 maart). *Hollandocentrisme ligt op de loer bij het Nationaal Historisch Museum*. Trouw. Geraadpleegd op 14 januari 2022, van <https://www.trouw.nl/opinie/hollandocentrisme-ligt-op-de-loer-bij-het-nationaal-historisch-museum~bda73d24/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>
- Van Oostrom, F. (2009). Canon und kein ende. *Boekman*, 92–96.
- Verheul, W. J. (2015). Plaatsgebonden identiteit: Het anker voor stedelijke ontwikkeling. In W. Hafkamp, J. Koffijberg, T. Rutjens, & G. Teisman (Eds.), *De stad kennen, de stad maken* (pp. 35–49). Platform31.
- Verhoeven, N. (2014). *Wat is onderzoek?* (5de editie). Boom Lemma.
- Vermeij, L., & Schyns, P. (2019). *H16: Nederland vanuit de regio: Denkend aan Nederland*. Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Viergever, M., & Konings, J. (2017). *Ik ben Bosch*. Facebook. Geraadpleegd op 28 januari 2022, van <https://www.facebook.com/ikbenbosch/>
- Visit Den Bosch. (z.d.-a). *Cultuurstad van het Zuiden*. Geraadpleegd op 18 januari 2022, van <https://www.visitdenbosch.nl/nl/ontdek-den-bosch/cultuurstad-van-het-zuiden>
- Visit Den Bosch. (z.d.-b). *Natuur om de hoek*. Geraadpleegd op 18 januari 2022, van <https://www.visitdenbosch.nl/nl/ontdek-den-bosch/natuur-om-de-hoek>

- Visit Den Bosch. (z.d.-c). *Top 10 highlights van Den Bosch*. Geraadpleegd op 18 januari 2022, van <https://www.visitdenbosch.nl/nl/ontdek-den-bosch/top-10-highlights>
- Visit Den Bosch. (z.d.-d). *Typisch Bosch*. Geraadpleegd op 18 januari 2022, van <https://www.visitdenbosch.nl/nl/ontdek-den-bosch/typisch-bosch>
- Visit Den Bosch. (z.d.-e). *Visitdenbosch.nl - de officiële toeristen site van Den Bosch*. Geraadpleegd op 18 januari 2022, van <https://www.visitdenbosch.nl/nl>
- Walker, B. W., & Caprar, D. V. (2019). When performance gets personal: Towards a theory of performance-based identity. *Human Relations*, 73(8), 1077–1105. <https://doi.org/10.1177/0018726719851835>
- Willett, J., & Tredinnick-Rowe, J. (2016). The fragmentation of the nation state? Regional development, distinctiveness, and the growth of nationalism in Cornish politics. *Nations and Nationalism*, 22(4), 768–785. <https://doi.org/10.1111/nana.12188>

Bijlagen

De bijlagen worden aangeleverd in een additioneel bijlagenboek. Tabel 6 geeft een overzicht van alle bijlagen die in het bijlagenboek te vinden zijn in combinatie met de bijhorende paragraaf. In het bijlagenboek zijn ook alle transcripten te vinden. Vanwege privacy-redenen zijn deze niet openbaar beschikbaar en daarom wordt er ook niet naar gerefereerd in onderhavig onderzoek.

Tabel 6

Overzicht bijlagen

	Naam	Bijhorende paragraaf	Bladzijdenummer bijlagenboek
Bijlage 1	Interviewschema straatinterviews	4.1	2
Bijlage 2	Interviewschema focusgroepen	4.1	3
Bijlage 3	Uitnodiging focusgroep	4.2	6
Bijlage 4	Informatiebrief	4.3	7
Bijlage 5	Template toestemmingsverklaring	4.3	9
Bijlage 6	Formulier demografische gegevens	4.3	10
Bijlage 7	Codeboom	4.5	11