



Do it right

Stappenplan voor ontwikkeling van interventies voor acceptatie van lesbische vrouwen, homo mannen, biseksuelen en transgenders



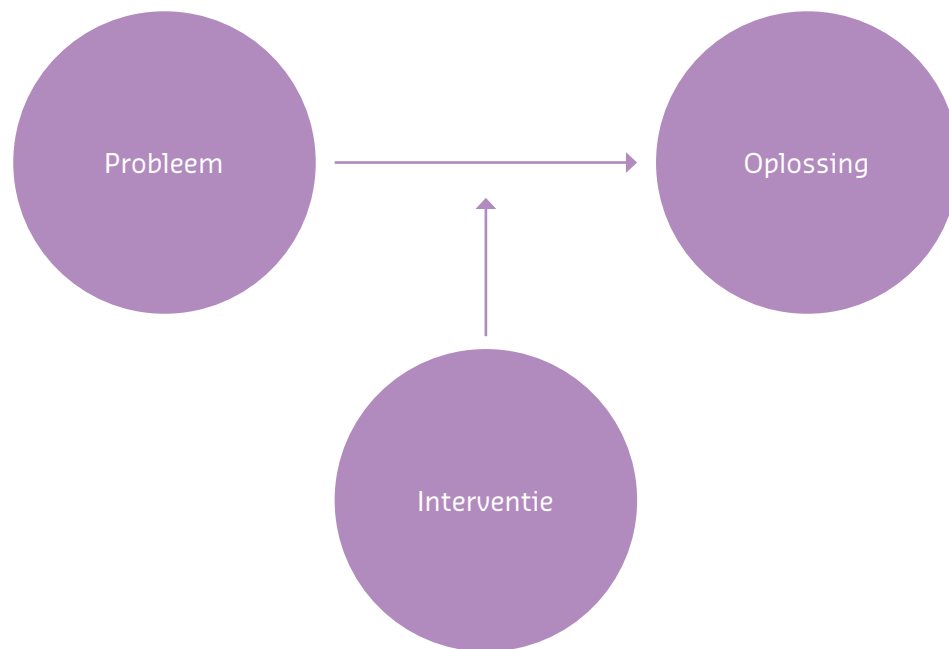
kennis en aanpak van sociale vraagstukken

Inhoudsopgave

Introductie	4
Stap 1: Wat is het probleem?	6
Stap 2: Wat zijn de doelen?	11
Stap 3: Wie is de doelgroep?	15
Stap 4: Wat is nodig om de doelen te behalen?	18
Stap 5: Wat is de aanpak?	23
Stap 6: Hoe zorg je dat de interventie gebruikt wordt?	27
Stap 7: Hoe ga je evalueren?	30
Bijlage 1: Praktijkvoorbeeld Gay Straight Alliances (COC Nederland)	32
Bijlage 2: Meer informatie	34

Introductie

Nederland staat bekend als een tolerant land: lesbische vrouwen, homo mannen, biseksuelen en transgenders (LHBT) worden door een groot deel van de bevolking geaccepteerd. Echter, op allerlei plekken in de samenleving blijft de acceptatie achter. Zo is onder jongeren, ouderen en in orthodox-religieuze gemeenschappen seksuele en genderdiversiteit vaak nog verre van vanzelfsprekend. Deze praktische *tool* reikt concrete handvatten aan voor de ontwikkeling van een interventie die de acceptatie van LHBT vergroot of een bestaande interventie verbetert.



Een interventie is een systematische manier van handelen om een doel te bereiken. Soms wordt dit ook wel een 'methode' of een 'project' genoemd.

Het instrument *Do it right* bestaat uit de volgende zeven stappen:

[Stap 1](#): Wat is het probleem?

[Stap 2](#): Wat zijn de doelen?

[Stap 3](#): Wie is de doelgroep?

[Stap 4](#): Wanneer ben je tevreden?

[Stap 5](#): Wat is de aanpak?

[Stap 6](#): Hoe moet de interventie worden uitgevoerd?

[Stap 7](#): Hoe ga je evalueren?

Door alle stappen te doorlopen, ontwikkel je een weloverwogen aanpak gericht op het vergroten van de acceptatie van LHBT. Als je alle stappen hebt doorlopen, kun je een onderbouwd en stevig projectplan schrijven. Dit kan bijvoorbeeld als basis dienen voor een financieringsaanvraag bij een gemeente of fonds. Vervolgens kun je ermee aan de slag in de praktijk. Mogelijk stel je het projectplan dan weer iets bij. De zeven stappen helpen je dan om je hele plan nog eens na te lopen en zo nodig te verbeteren. Als je een tijdje aan de slag bent met je interventie, kun je deze zo volledig en concreet mogelijk op papier zetten, zodat ook anderen ermee aan de slag kunnen.

De voordelen op een rij:

- * Je vergroot de kans om daadwerkelijk de acceptatie van LHBT te vergroten.
- * Je hebt je projectplan logisch opgebouwd.
- * Je kunt beter naar anderen (doelgroep, subsidiegevers, samenwerkingspartners) verantwoorden waarom je bepaalde keuzes maakt, waardoor de kans op financiering groter wordt.
- * Je kunt hiermee een bestaande interventie verbeteren.

Achtergrond

Dit instrument is gebaseerd op *intervention mapping*¹: een planmatige, op de wetenschap gebaseerde manier om een interventie op te bouwen. Daarnaast is het stappenplan gebaseerd op het onderzoeksrapport 'Do the right thing'² over wat plausibele aannamen zijn (en wat niet) bij het vergroten van de acceptatie van LHBT. Het stappenplan is uitgetest in een Masterclass met interventieontwikkelaars.

1 Bartholomew, L.K., Parcel, G.S., Kok, G., Gottlieb N.H. & Fernandez, M.E. (2011). *Planning health promotion programs. An intervention mapping approach*. San Francisco: Jossey-Bass

2 Felten H., Emmen, M. & Keuzenkamp, S. (2015). *Do the right thing: onderzoek naar de aanpak om acceptatie van homoseksualiteit vergroten*. Utrecht: Movisie

Stap 1 Wat is het probleem?

In een ideale wereld worden LHBT's net als iedereen eerlijk behandeld en krijgen zij niet te maken met negatieve reacties of geweld vanwege hun seksuele voorkeur, genderexpressie of genderidentiteit. Ze kunnen gewoon zichzelf zijn zonder dat anderen daar moeilijk over doen. Maar die ideale wereld bestaat nog niet. Jij wil die met jouw interventie een stukje dichterbij brengen. De eerste stap is om in kaart te brengen wat er mis is. Misschien heb je daar al een beeld van, maar in deze stap rafel je dat verder uit. Wat is precies het probleem? Wat staat die ideale wereld in de weg?

Vragen

Door de volgende vragen (6xW) te beantwoorden, krijg je helder zicht op het probleem dat je wilt oplossen. Soms moet je de vragen een paar keer opnieuw beantwoorden om een goed beeld te krijgen van het probleem dat je wilt aanpakken.

Wie heeft een probleem?

Je kunt op twee manieren een probleem insteken, vanuit de probleemveroorzakers en vanuit de probleemdagers.

a. Probleemveroorzakers (afgekort: 'veroorzakers')

Het probleem in de acceptatie van LHBT ligt meestal bij niet-LHBT's die seksuele en genderdiversiteit niet volledig accepteren. Vaak is deze doelgroep gespecificeerd door leeftijd, sekse of religie. Ook leeftijd, beroep, hobby, opleidingsniveau en woonsituatie zijn belangrijke specifieke kenmerken.

Voorbeelden 'veroorzakers'

- schoolgaande jongeren
- 60-plussers die zelf geen transgender zijn

b. Probleemdagers (afgekort: 'dagers')

Het probleem dat LHBT-zijn niet (volledig) wordt geaccepteerd, is een probleem waar vooral de LHBT's zelf last van hebben. Het probleem zou daarom ook aan de hand van hun situatie kunnen worden beschreven. Deze groep kan eveneens gespecificeerd worden naar bijvoorbeeld sekse, leeftijd, beroep, hobby, opleidingsniveau of woonsituatie.

Voorbeelden 'dragers'

- schoolgaande jongens die zich te vrouwelijk gedragen en meisjes die zich te mannelijk gedragen in de ogen van anderen (afgekort: 'gendernonconforme jongeren')
- oudere transgenders

Wat is het probleem?

Wat het probleem is, hangt af van de insteek die is gekozen bij de eerste vraag.

a. Probleemveroorzakers

Onder probleem verstaan we hier onwenselijk gedrag of een ongewenste houding van een bepaalde groep mensen. Een bepaalde groep mensen *denkt, vindt, wil, voelt of doet* iets dat niet past in de ideale wereld en negatieve gevolgen heeft voor LHBT's.

Voorbeelden:

- schoolgaande jongeren *pesten* gendernonconforme jongeren
- 60-plussers die zelf geen transgender zijn, *stellen vaak ongepaste vragen* aan transgenders

b. Probleemdragers

Het gaat hier om het probleem waar de groep zelf last van heeft.

Voorbeelden:

- gendernonconforme jongeren worden *gepest*
- oudere transgenders krijgen ongepaste vragen van 60-plussers die zelf geen transgender zijn

Waar doet het probleem zich voor?

Hiermee wordt een locatie bedoeld. Het maakt hierbij niet uit welke keuzes zijn gemaakt bij de bovenste vragen.

Voorbeelden (bij zowel 'veroorzakers' als 'dragers')

- schoolgaande jongeren *pesten* gendernonconforme jongeren *op school*
- oudere transgenders krijgen ongepaste vragen van 60-plussers die zelf geen transgender zijn *in hun naaste omgeving*

Wanneer doet het probleem zich voor?

Soms kan het relevant zijn om niet alleen de locatie te vermelden, maar ook de specifieke situatie of de context waarin het probleem zich voordoet. Afhankelijk van de gekozen insteek is de formulering net iets anders.

Voorbeelden ('veroorzakers')

- 60-plussers stellen ongepaste vragen aan transgenders *wanneer* ze er achter komen dat iemand transgender is in hun naaste omgeving

Voorbeelden ('dragers')

- oudere transgenders krijgen ongepaste vragen van 60-plussers in hun naaste omgeving die zelf geen transgender zijn *wanneer* deze mensen erachter komen dat iemand transgender is

Nu je duidelijk hebt wat het probleem is, is het aan te raden om het probleem verder uit te werken. Hierdoor krijg je er nog meer zicht op. Deze uitwerking kun je doen op basis van twee vragen.

Waarom is het een probleem?

Het probleem dat je wilt aanpakken, is vaak een probleem omdat LHBT's er last van hebben. Het probleem tast bijvoorbeeld hun veiligheid, welzijn of gezondheid aan: dit zijn gevolgen van het probleem voor de probleemdragers en/of de samenleving. Om die reden wil je het probleem aanpakken. Daarnaast noem je ook hoe vaak het probleem voorkomt omdat de prevalentie mede de ernst van het probleem onderschrijft. Op deze manier onderbouw je waarom het probleem aangepakt moet worden.

Wist je dat ...**... een goede probleemformulering vaak een invuloefening is?**

Je kunt de groep die het probleem veroorzaakt centraal zetten in de probleemformulering:

(Groep mensen) (denkt, vindt, wil, voelt of doet, et cetera) (iets wat onwenselijk is / een probleem is) (op een bepaalde plek) (eventueel: in een bepaalde context).

OF je kunt de groep mensen die het probleem dragen (er last van hebben) centraal zetten:

(Groep mensen) (heeft ergens last van) (op een bepaalde plek) (eventueel: in een bepaalde context).

Uiteraard kan een probleemformulering er ook anders uitzien. Belangrijk blijft dat alle onderdelen van het probleem genoemd worden.

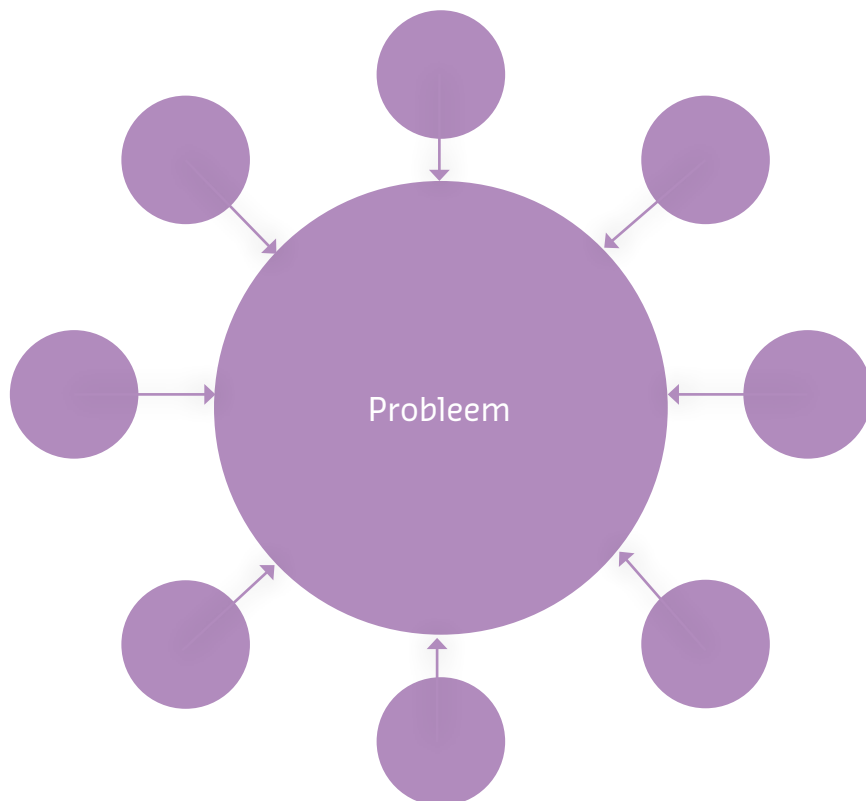
Waarom wordt het probleem veroorzaakt, door wie en met welk gedrag?

Hier gaat het erom zicht te krijgen op de factoren die ervoor zorgen dat het probleem ontstaat en welke factoren het probleem in stand houden. Dit kan gaan om houding of gedrag van de probleemveroorzakers, probleemdragers of anderen uit de omgeving.

Figuur

Nadat je de vragen beantwoord hebt, kun je in het midden van onderstaande figuur het probleem of vraagstuk in enkele woorden samenvatten. In de bolletjes eromheen noem je de factoren die het probleem veroorzaken of in stand houden. Houd daarbij in de gaten *wie* met *welk gedrag* bijdraagt aan het probleem.

Probleem en samenhangende factoren



Toelichting met voorbeeld

We werken een van de eerder genoemde voorbeeldproblemen uit zoals hierboven beschreven.

Probleem: Schoolgaande jongeren *pesten* gendernonconforme jongeren op school.

Verantwoording

- * Een op de tien lesbische en biseksuele meisjes zegt van zichzelf mannelijk te lopen en te praten. Bij de heteroseksuele meisjes is dit tien keer minder vaak, namelijk een op de honderd. Van de homojongens beoordeelt 9% de eigen manier van lopen en praten als vrouwelijk³
- * Een groot knelpunt waar gendernonconforme jongeren tegenaan lopen, heeft te maken met de negatieve reacties van hun leeftijdgenoten^{4,5}

3 Kuyper, L. (2015). *Jongeren en seksuele oriëntatie. Ervaringen van en opvattingen over lesbische, homo, biseksuele en heteroseksuele jongeren*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

4 Beusekom, G. van, Roodenburg, S.C. & Bos, H.M.W. (2012). De rol van seksuele aantrekking tot hetzelfde geslacht en gendernonconformiteit in relaties van adolescenten met leeftijdgenoten. *In: Kind en Adolescent*, 33, 251-263, doi:10.1007/s12453-012-0031-3.

5 Beusekom, G. van, Baams, L., Bos, H. M., Overbeek, G., & Sandfort, T. G. (2015). Gender Nonconformity, Homophobic Peer Victimization, and Mental Health: How Same-Sex Attraction and Biological Sex Matter. *Journal of sex research*, 1-11.

* Gepest worden door leeftijdsgenoten vanwege gendernonconform gedrag kan leiden tot meer school gerelateerde problemen (zoals spijbelen of je niet thuis voelen op school) en verminderde psychische gezondheid.^{6,7}

Lees ook: www.movisie.nl/sites/default/files/docs/Artikel-gendernonconform-lange-versie.pdf

Factoren die het probleem mogelijk veroorzaken

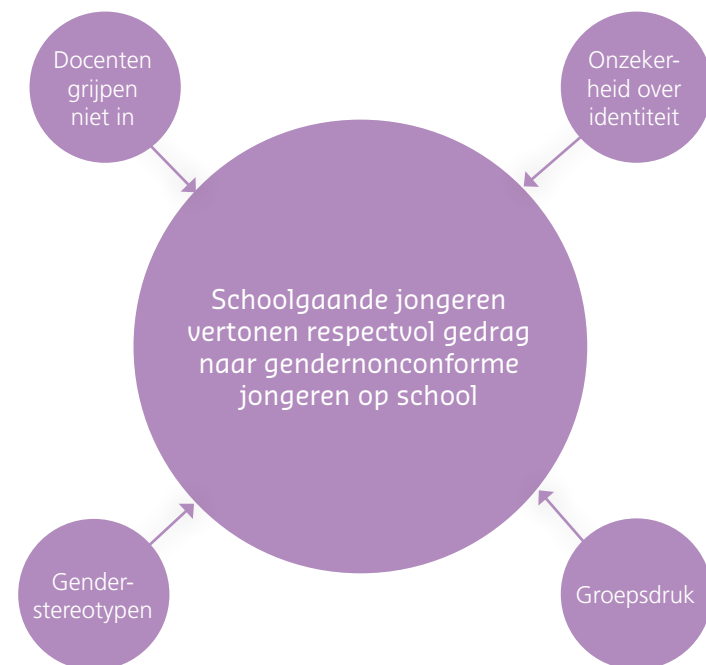
- * Jongeren hebben gender stereotypische opvattingen (Beusekom et al., 2012; Buijs et al, 2009; Felten et al, 2010; Naezer, 2006; Parrott, 2008).
- * onzekerheid over eigen genderidentiteit (Falomir-Pichastor, Mugny, 2009; Parrott, 2008).
- * groepsdruk onder jongeren in het algemeen (Buijs, Hekma, Duyvendak, 2009; Parrott, 2008).
- * Er spelen meer factoren een rol maar om het voorbeeld overzichtelijk te houden, beperken wij ons tot deze drie factoren.

6 Collier K.L., Beusekom G., Bos H.M.W. & Sandfort T.G.M. (2013). Sexual orientation and gender identity/expression related peer victimization in adolescence: a systematic review of associated psychosocial and health outcomes. *In: Journal of Sex Research*, 50 (3-4), pp 299-317. doi: 10.1080/00224499.2012.750639.

7 Beusekom, G. van, Collier, K., Bos, H.M.W., & Sandfort, T.G.M. (2014). Een literatuurstudie naar de psychosociale uitkomsten van negatieve bejegening door leeftijdgenoten gerelateerd aan de seksuele oriëntatie of gender identiteit/expressie van jongeren. *In: Tijdschrift voor Seksuologie*, 38 (2), pp 49-57

Factoren die het probleem mogelijk in stand houden

Jongeren die zich gendernonconform gedragen en hiermee gepest worden, lijken weinig of geen steun te krijgen van docenten.⁸



8 Scholte, A. (2015) De ervaringen van gendernonconforme jongeren met knelpunten, afwijzing, uitsluiting en behoefte aan ondersteuning. Movisie: Utrecht

Let op

Problemen worden vaak geformuleerd als het ontbreken van, wat wordt gezien als, de juiste oplossing. Bijvoorbeeld: 'Het probleem is dat jongeren geen weet hebben van seksuele diversiteit' of 'Het probleem is dat wijkbewoners zich niet bewust zijn van genderdiversiteit'. Echter, 'weet hebben van seksuele diversiteit' of 'bewust zijn van genderdiversiteit' zijn eigenlijk al oplossingen. De vraag blijft wat dan wel het probleem is. Ofwel: waarom is het ontbreken van het weet hebben van seksuele diversiteit of bewustwording over genderdiversiteit eigenlijk een probleem? Als deze vraag wordt beantwoord, dan komt bijvoorbeeld naar voren dat LHBT-jongeren zich alleen en niet begrepen voelen door andere jongeren of dat wijkbewoners zich negatief hebben uitgelaten over transgenders. Kortom: zorg dat een probleemomschrijving geen verkapte oplossing geeft, maar alleen beschrijft wat er niet goed gaat.

Bronnen

Het is belangrijk dat de doelgroep en de uitvoerders betrokken zijn bij het bepalen wat nu eigenlijk het probleem is. Je kunt hiervoor een groep samenstellen, bestaande uit alle betrokkenen die op de één of andere manier belang hebben bij de interventie en/of de te behalen doelen. Daarnaast is er literatuur beschikbaar waarin het probleem al goed beschreven staat en waar je gebruik van kunt maken. Wanneer je zoekt naar actuele of gedetailleerde informatie, check dan www.movisie.nl/kennisdossiers/lhbt-emancipatie/publicatie. Wil je verder de diepte in, check dan Bijlage 1 met bronnenoverzicht LHBT-onderzoek.

Stap 2 Wat zijn de doelen?

Nu je weet wat je probleem is, kun je bepalen wat je eraan gaat doen. Je hoofddoel is de gewenste eindsituatie die je wilt bereiken. Bij Stap 2 formuleer je de hoofddoelstelling van je interventie en de subdoelen. Daarmee omschrijf je welke concrete veranderingen beoogd worden met de interventie.

Vragen

De vragen die je voor de doelformulering beantwoordt, zijn de spiegel van de vragen die bij de probleemformulering gesteld zijn. Door onderstaande vragen te beantwoorden, kom je tot een heel precieze doelformulering.

Wat moet

Wie

Wanneer en

Waar

Doen?

Het antwoord hierop is een beschrijving van gewenst gedrag in een specifieke situatie en context.

Je kunt problemen als het ware omvormen naar concrete doelen.

Het doel is het omgekeerde van het probleem, namelijk: wat moet er wél gebeuren? We geven enkele voorbeelden.

Probleem:	Hoofddoel:
Schoolgaande jongeren pesten gendernonconforme jongeren op school of: Gendernonconforme jongeren worden gepest op school	Schoolgaande jongeren vertonen respectvol gedrag naar gendernonconforme jongeren op school
60-plussers stellen ongepaste vragen aan transgenders wanneer ze erachter komen dat iemand transgender is in hun naaste omgeving of: Oudere transgenders krijgen ongepaste vragen van 60-plussers die zelf geen transgender zijn wanneer deze mensen er achter komen dat iemand transgender is in hun naaste omgeving	60-plussers zijn in staat om, in de situatie dat zij erachter komen dat iemand transgender is in hun naaste omgeving, zich te verplaatsen in de situatie van deze transgender en hun vragen daarop af te stemmen

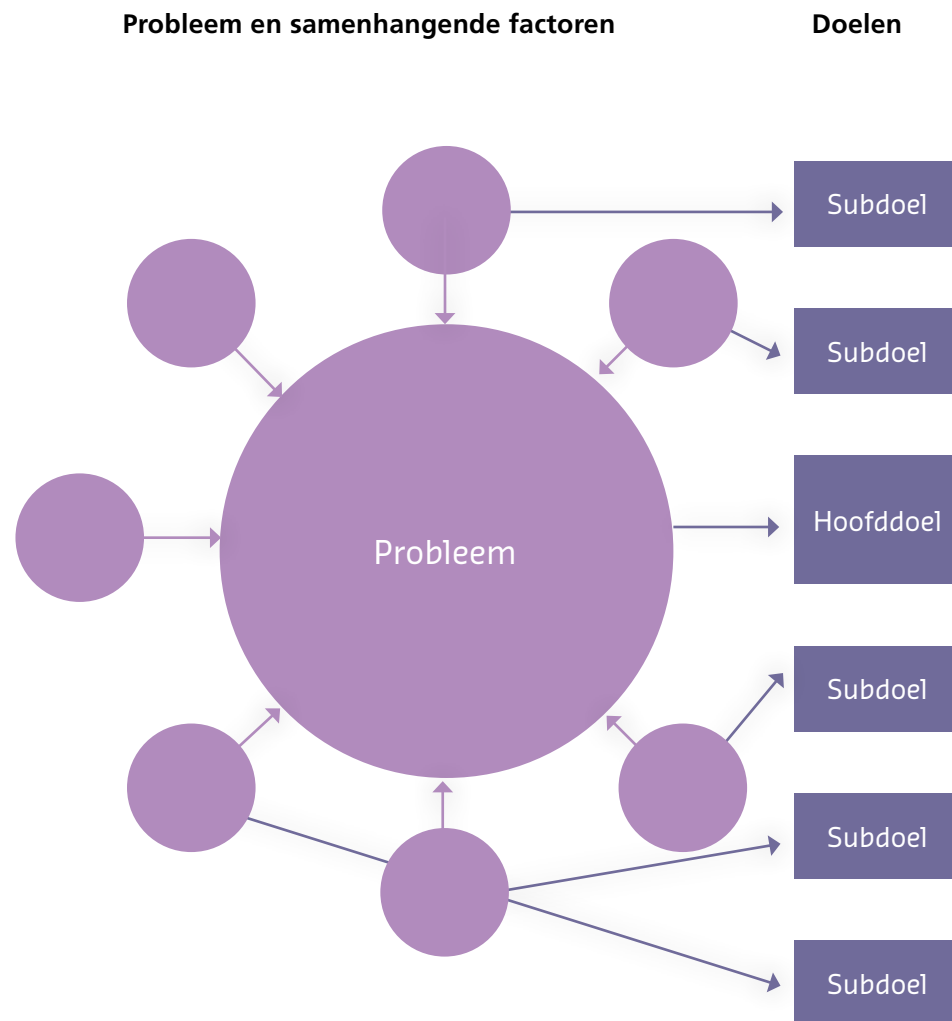
Welke insteek je ook kiest bij de probleemformulering (probleemveroorzakers of probleemdagers centraal), dit hoeft geen verschil te maken voor je doelstelling. In je doelstelling staat namelijk de groep die iets moet veranderen centraal; meestal zijn dit de probleemveroorzakers.

Figuur

Door de onderstaande figuur in te vullen, kun je de probleemanalyse vertalen naar een doelformulering. Het hoofddoel is de spiegel van het hoofdprobleem. Waar de probleemomschrijving gaat over de *ongewenste* houding of het gedrag van de doelgroep, zo beschrijft het hoofddoel de *gewenste* houding of het gewenste gedrag van de doelgroep. De subdoelen zijn een spiegel van de factoren die het probleem veroorzaken.

De subdoelen vormen samen een logisch geheel en gaan in op de factoren die het probleem veroorzaken of in stand houden. Elk van de subdoelen draagt bij aan het behalen van het hoofddoel. Je kunt in deze figuur steeds heen en weer gaan tussen de probleemanalyse en de doelformulering, tot ze goed bij elkaar aansluiten. De subdoelen kun je vervolgens eventueel ordenen per (sub)doelgroep.

Factoren die niet met je interventie aan te pakken zijn, laat je hierbij buiten beschouwing. Bijvoorbeeld: anti-homo pesten van jongeren wordt vaak mede veroorzaakt door de onrustige hormoonhuishouding van jongeren en hun nog niet volwassenen brein. Daar kun je als sociale professional of vrijwilliger echter weinig aan veranderen. Als je het anti-homo pesten van jongeren wilt verminderen, zet je in op andere factoren, zoals een positieve houding ten aanzien van homoseksualiteit in de klas of het weerstaan van groepsdruk.



Tip: Check bij samenwerkingspartners, zoals scholen of welzijnsinstellingen, wat zij denken van de subdoelen. Zijn deze haalbaar?

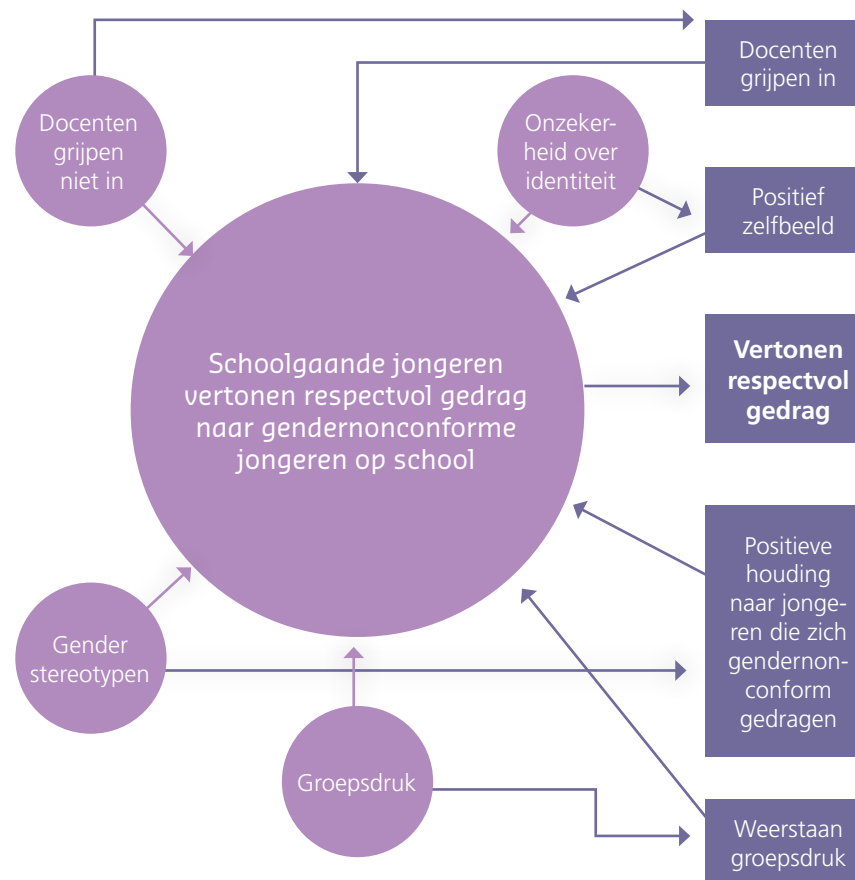
Toelichting met voorbeeld

Hoofddoel: jongeren vertonen respectvol gedrag naar jongeren die zich gendernonconform gedragen.

Factoren die het probleem veroorzaken en/of in stand houden	Subdoelen
Jongeren hebben gender stereotypische opvattingen	Positieve houding naar jongeren die zich gendernonconform gedragen
Jongeren zijn onzeker over hun eigen genderidentiteit	Jongeren hebben een positief zelfbeeld
Jongeren ervaren groepsdruk	Jongens weerstaan groepsdruk
Docenten die niet ingrijpen bij pesten met gendernonconform gedrag	Docenten grijpen in bij pesten met gendernonconform gedrag

Probleem en samenhangende factoren

Doelen



Let op

De subdoelen kunnen niet het hoofddoel 'overstijgen'. Als je hoofddoel is: 'schoolgaande jongeren vertonen respectvol gedrag op school naar jongeren die zich gendernonconform gedragen', kan een subdoel bijvoorbeeld niet zijn dat de doelgroep 'respectvol gedrag vertoont naar iedereen die anders is'. Dan is het subdoel namelijk groter dan het hoofddoel. Andersom kan wel: als het hoofddoel is dat de doelgroep 'respectvol gedrag vertoont naar iedereen die anders is', dan kan in de subdoelen geconcretiseerd worden wie er allemaal 'anders zijn', bijvoorbeeld gendernonconforme jongeren.

Wist je dat ...

... met de term *vooroordeel* ('prejudice') wordt bedoeld op het negatieve oordeel over een groep of leden van een groep. Aldus het toonaangevende instituut van Amerikaanse psychologen (APA)⁹. Stereotypen zijn iets anders. Dit zijn 'overgeneralisaties': bijvoorbeeld dat lesbische vrouwen tuinbroeken dragen en homomannen van roze houden. Een stereotype beeld hoeft niet altijd te betekenen dat je ook een negatief oordeel (vooroordeel) hebt over een groep. Zo vinden veel meisjes homo's juist leuk omdat ze een stereotype beeld hebben van homo's als mannen die van winkelen en mode houden¹⁰

Bronnen

Ook bij deze stap is het belangrijk dat je goed gebruik maakt van de doelgroep en de uitvoerders als informatiebron en je samen met hen tot een doelformulering komt. Zij zijn de belangrijkste bron! Vraag hen wat zij willen bereiken: wanneer zijn zij tevreden? Daarnaast kun je gebruik maken van de literatuur (zie www.movisie.nl/publicaties/feiten-cijfers-rij).

⁹ American Psychologist Association: *APA Resolution on Prejudice, Stereotypes, and Discrimination*. <https://www.apa.org/about/policy/prejudice.pdf> Geraadpleegd op 26-6-2015

¹⁰ Felten, H., Hoof, J. & Schuyf, J. (2010). Wees jezelf maar wees niet anders: heterojongeren over homo- en biseksualiteit. In: Keuzenkamp, S. (red.), *Steeds gewoner, nooit gewoon. Acceptatie van homoseksualiteit in Nederland*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau

Stap 3 Wie is de doelgroep?

Een interventie wordt meestal voor een specifieke doelgroep ontwikkeld. Door de antwoorden op de 'wie' vragen uit de Stap 2 en Stap 3 is duidelijk geworden wie de doelgroep is. In deze stap ga je dit verder uitwerken. Je krijgt daardoor meer zicht op de groep mensen waarvan je graag wilt dat ze veranderen.

Vragen

A. Wil je het probleem gaan oplossen? > probleemoplossers zijn je doelgroep
Probleemveroorzakers zijn je doelgroep

Als je het probleem wilt oplossen, zal je de groep centraal moeten stellen die het probleem veroorzaakt: de probleemveroorzakers. Zij moeten hun gedrag gaan aanpassen. De probleemveroorzakers zijn meestal niet-LHBT's.

De doelgroep kan ook bestaan uit intermediairs: mensen die kunnen helpen het probleem op te lossen. Bijvoorbeeld: buurtwerkers, politie of docenten. Dit is bijvoorbeeld het geval wanneer je wilt bereiken dat zij de probleemveroorzakers bijsturen in hun gedrag of houding.

B. Wil je het probleem draaglijk maken? > probleemdragers zijn je doelgroep
Probleemdragers zijn je doelgroep

Als je ervoor kiest om de probleemdragers centraal te stellen dan los je het probleem niet op maar wil je het probleem draaglijker maken; je wilt dan dat mensen er makkelijker mee om kunnen gaan.

De probleemdragers zijn meestal LHBT's en/of hun familie, naaste omgeving.

De doelgroep kan ook bestaan uit intermediairs: mensen die kunnen helpen het probleem draaglijker te maken. Bijvoorbeeld: zorgpersoneel, hulpverleners of docenten. Dit is het geval wanneer je wilt bereiken dat zij het probleem draaglijker maken door het bieden van de juiste ondersteuning aan de probleemdragers.

Wist je dat ...

... in verschillende interventies LHBT's zelf een actieve rol spelen in het vergroten van acceptatie? Zij zijn dan niet de doelgroep maar onderdeel van de oplossing. Door hun *coming-out* verhalen kunnen zij het gedrag en de houding van niet-LHBT's veranderen.

C. Wil je allebei?

Regelmatig is er sprake van meerdere doelgroepen. Bijvoorbeeld wanneer je hoofddoel is dat 'schoolgaande jongeren respectvol gedrag vertonen naar jongeren die zich gendernonconform gedragen.' Dan kan het zijn dat je behalve de jongeren zelf ook docenten (intermediairs) erbij wilt betrekken om te zorgen dat zij de jongeren bijsturen in hun gedrag. Daarnaast kunnen ook jongeren die het slachtoffer zijn van het gedrag tot de doelgroep behoren. Let wel op dat er voor hen andere doelen zijn dan voor de probleemveroorzakers.

Voorbeeld:

Hoofddoel: jongeren vertonen respectvol gedrag naar jongeren met gendernonconform gedrag.

Om het probleem 'jongeren vertonen geen respectvol gedrag naar jongeren met genderconform gedrag' op te lossen, kiezen we voor de doelgroepen: schoolgaande jongeren en docenten op middelbare scholen, zowel LHBT als niet-LHBT.

Figuur

Beschrijf helder de kenmerken van de doelgroep. De tabel is hiervoor een hulpmiddel.

Je kunt zelf voor jouw interventie relevante kenmerken toevoegen.

Kenmerken	Doelgroep 1:	Doelgroep 2:	Doelgroep 3:
Leeftijd			
Geslacht / gender			
Sociaaleconomische status			
Etnische groepering			
Religie/levensbeschouwing			
Seksuele voorkeur			
Opleidingsniveau			
Leefsituatie			

Het beschrijven van de kenmerken van de doelgroep(en) is belangrijk voor de selectie van de juiste doelgroep bij de toepassing van de interventie.

De relevante kenmerken zijn dan de selectie- of indicatiecriteria. Je kunt er zelf andere kenmerken aan toevoegen of de voor jouw interventie niet relevante kenmerken weglaten. Soms is het belangrijk om ook contra-indicatiecriteria aan te geven. Het beschrijven van de kenmerken helpt je ook om de aanpak (Stap 5) zo goed mogelijk te laten aansluiten bij de doelgroep(en) en daarbij eventueel rekening te houden met diversiteit binnen de doelgroep.

Toelichting met een voorbeeld

Kenmerken	Doelgroep 1: Schoolgaande jongeren	Doelgroep 2: Docenten
Leeftijd	12 tot 18	21 tot 65
Geslacht / gender	Jongens en meisjes (vooral genderconform)	Divers
Seksuele voorkeur	Grootste groep hetero	Divers maar meesten hetero
Opleidingsniveau	Divers maar oververtegen- woordiging vmbo	Meesten hbo
Ontwikkelingsfase	Puberteit	Volwassen
Belangrijke rolmodellen / voorbeeldfiguren	Leeftijdgenoten, beroemdheden	Andere docenten, deskundigen / wetenschappers

Let op

Als je als LHBT-groep een interventie ontwikkelt gericht op het verbeteren van de acceptatie van LHBT's onder niet-LHBT's, dan is het belangrijk dat je bij de ontwikkeling van je interventie ook niet-LHBT's betreft. Zij zijn immers de doelgroep van je interventie!

Bronnen

Om goed helder te krijgen wie de doelgroep van je interventie is en welke kenmerken van de doelgroep relevant zijn bij de selectie en de vormgeving van je aanpak, zul je in gesprek moeten gaan met de doelgroep en met uitvoerders die ervaring hebben met het werken met die specifieke doelgroep. Er is literatuur beschikbaar die relevante kenmerken van specifieke doelgroepen beschrijft.

Stap 4 ▼ Wat is nodig om de doelen te behalen?

Door middel van de vorige stappen heb je precies omschreven welke verandering de doelgroep zou moeten doormaken. In deze stap ga je omschrijven wat ervoor nodig is om die gewenste verandering voor elkaar te krijgen. Wat moet de doelgroep nu precies gaan weten, vinden, kunnen en voelen om het doel te behalen?

Vragen

Als tussenstap van de doelformulering naar de aanpak zijn de volgende vragen belangrijk:

Wat moet(en) de doelgroep(en):

Weten?

Dit gaat over kennis die de doelgroep zich eigen zou moeten maken.
Bijvoorbeeld: weten dat LHBT's ervaren dat zij geen keuze hebben in hun seksuele voorkeur of genderidentiteit. Of: weten dat het erg vervelend is gediscrimineerd te worden.

Vinden?

Dit gaat over de mening die de doelgroep zich eigen zou moeten maken.
Bijvoorbeeld: vinden dat LHBT's gelijkwaardig zijn aan niet-LHBT's.
Of: vinden dat LHBT's net als ieder ander met respect behandeld moet worden.

Kunnen?

Dit gaat over de vaardigheden die de doelgroep zich eigen zou moeten maken.
Bijvoorbeeld: respectvol taalgebruik als het gaat over transgenders.
Of: kunnen ingrijpen bij het zien van anti-LHBT geweld.

Voelen?

Dit gaat over de negatieve (afkeer, afwijzing, et cetera), positieve (empathie, enthousiasme, et cetera) of neutrale gevoelens en emoties die de doelgroep zich eigen zou moeten maken.
Bijvoorbeeld: empathie hebben voor LHBT's, afwijzend staan ten opzichte van geweld tegen LHBT's.

Figuur

Met behulp van onderstaande doelenmatrix kun je per subdoel nagaan wat de doelgroep moet weten, vinden, kunnen en voelen om het subdoel te realiseren. Deze doelenmatrix vul je eventueel per doelgroep in.

Hoofddoel:				
	Weten	Vinden	Kunnen	Voelen
Subdoel 1:				
Subdoel 2:				
Subdoel 3:				
Subdoel 4:				
Subdoel 5:				

Als dat relevant is voor jouw interventie, kun je nog één of meer van de volgende kolommen toevoegen: denken, willen, durven, verwachten, geloven.

Een ander element waar je aandacht aan kunt besteden is: 'denken hoe het hoort': Dit gaat over hoe jij denkt dat anderen denken over een bepaald onderwerp. Uit diverse wetenschappelijke studies blijkt dat wanneer mensen denken dat andere mensen positief denken over homoseksualiteit, zij zich zelf beter gaan gedragen naar homoseksuelen (Felten, Emmen & Keuzenkamp, 2015).

Toelichting met voorbeeld

Stel dat je doel is dat jongeren respectvol gedrag gaan vertonen naar gendernonconforme jongeren. Je wilt dan bijvoorbeeld het volgende:

Hoofddoel: jongeren vertonen respectvol gedrag naar jongeren met gendernonconform gedrag.				
	Weten	Vinden	Kunnen	Voelen
Subdoel 1: Jongeren hebben een positieve houding ten aanzien van gendernonconform gedrag	<ul style="list-style-type: none"> - Weten wat jongeren die in de ogen van anderen gendernonconform gedrag vertonen, ervaren op school - Weten wat mannelijkheid en vrouwelijkheid is en dat dit sociaal geconstrueerd is 	<ul style="list-style-type: none"> - Vinden dat zowel vrouwelijk gedrag als mannelijk gedrag oké is 	<ul style="list-style-type: none"> - Kunnen zich inleven in jongeren die gendernonconform gedrag vertonen - Kunnen zichzelf corrigeren op negatieve gedachten over gendernonconforme jongeren 	<ul style="list-style-type: none"> - Voelen empathie voor jongeren die gendernonconform gedrag vertonen
Subdoel 2: Jongeren hebben een positief zelfbeeld	<ul style="list-style-type: none"> - Weten wat een positief zelfbeeld inhoudt 	<ul style="list-style-type: none"> - Vinden dat zij zelf oké zijn 	<ul style="list-style-type: none"> - Kunnen reflecteren op inefficiënte negatieve gedachten over zichzelf - Kunnen positief over zichzelf denken 	<ul style="list-style-type: none"> - Ervaren vooral positieve gevoelens over zichzelf
Subdoel 3: Jongeren weerstaan groepsdruk	<ul style="list-style-type: none"> - Weten wat groepsdruk is 	<ul style="list-style-type: none"> - Vinden dat meegaan in de groepsdruk niet oké is 	<ul style="list-style-type: none"> - Kunnen zichzelf onttrekken aan groepsdruk wanneer zij deze ervaren 	<ul style="list-style-type: none"> - Hebben gevoelens van afkeer over groepsdruk - Voelen zich goed als zij zichzelf onttrekken aan groepsdruk
Subdoel 4: Docenten grijpen in	<ul style="list-style-type: none"> - Weten dat pesten met gendernonconform gedrag negatieve gevolgen heeft 	<ul style="list-style-type: none"> - Vinden pesten met gendernonconform gedrag niet oké 	<ul style="list-style-type: none"> - Kunnen adequaat ingrijpen als pesten met gendernonconform gedrag zich voordoet 	<ul style="list-style-type: none"> - Voelen zich negatief over pesten met gendernonconform gedrag - Voelen zich positief over zichzelf als zij ingrijpen

Let op

Het zou mooi zijn als je met een interventie de hele wereld zou kunnen veranderen. Maar meestal kun je met een interventie niet alles aanpakken. Ga daarom na met welke onderdelen uit je doelenmatrix je wel of niet aan de slag gaat en waarom. Laat je daarbij leiden door je inschatting van wat kansrijk is.

In het onderzoek 'Do the right thing' (Felten, Emmen & Keuzenkamp, 2015) zijn vier verschillende werkwijzen getoetst aan wetenschappelijke kennis. Hieruit komt onder meer het volgende naar voren:

Meer WETEN (kennis vergroten) over homoseksualiteit leidt niet altijd tot meer acceptatie. Zo zijn er onduidelijke effecten gemeten van het informeren van heteroseksuelen over het feit dat homoseksualiteit geen keuze is en (mede) biologisch bepaald is. In veel situaties bleek dit niet te leiden tot meer acceptatie of werd de acceptatie juist minder doordat homoseksuelen dan als een 'ander type mensen' werden gezien.

Als je wilt veranderen wat mensen VINDEN, dat zij positiever gaan denken over homoseksuelen, houd er dan rekening mee dat meningen mensen beïnvloeden. Positieve meningen hebben meer invloed wanneer ze afkomstig zijn van een persoon die aardig wordt gevonden, deze persoon gezien wordt als afkomstig uit de eigen groep en als de deelnemers zich sterk identificeren met deze groep. De mening is invloedrijker als niet van tevoren bekend is dat deze persoon positief is over homoseksualiteit. Om die reden kan het gunstig zijn als de persoon met een positieve mening over homoseksualiteit zelf heteroseksueel is.

Wist je dat ...

...als in een gesprek over LHBT één of meer deelnemers de mening uiten dat LHBT's verwerpelijk zijn, niet normaal zijn of niet thuishoren in de samenleving. Dat hierdoor ook mensen die eerder positief waren over LHBT negatief kunnen gaan denken?

Het veranderen van wat mensen KUNNEN is een lastige opgave maar kan makkelijker worden door gebruik te maken van groepsdruk. Wanneer mensen het idee krijgen dat bepaald gedrag normaal wordt gevonden en DENKEN DAT HET HOORT, laten zij dit gedrag vaak zien, ook als zij er zelf niet achter staan. Dus: wanneer je wilt dat mensen zich vriendelijker gaan gedragen naar LHBT's, hoef je hiervoor niet altijd eerst hun overtuiging te veranderen. Wanneer je mensen het idee geeft dat het de norm is om je vriendelijk op te stellen naar LHBT's, gaan hier mogelijk ook de mensen in mee die zelf negatief denken over LHBT's.

Het veranderen van GEVOELEN is een grote uitdaging in de acceptatie van LHBT. Uit onderzoek is gebleken dat vooral het opwekken van empathie voor LHBT's een positief effect kan hebben op de acceptatie. Inspelen op de gevoelens van niet-LHBT's heeft dus zeker potentie in interventies die gericht zijn op de acceptatie van LHBT. Er moet echter wel aan een aantal voorwaarden worden voldaan. Een belangrijke

voorwaarde is dat niet-LHBT's de mogelijkheid wordt gegeven om zich in te leven in de negatieve gevolgen van uitsluiting en discriminatie van LHBT's of in de onrechtvaardige situatie waar LHBT's mee te maken hebben. Essentieel hierbij is dat niet-LHBT's zich uitgenodigd voelen om zich in te leven. Een andere belangrijke voorwaarde is dat niet-LHBT's een positief zelfbeeld hebben: wie geen positief beeld heeft van zichzelf, kan door zich in te leven in de ander ook geen positief beeld krijgen van die ander.

Bronnen

Er bestaan diverse theorieën voor gedragsverandering. Op basis van beschikbare literatuur ga je na welk model voor gedragsverandering het beste bij jouw vraagstuk past. Het boek *Intervention mapping* (zie introductie) geeft hiervan een mooi overzicht. Op basis van de gekozen theorie kun je eventueel een andere invulling geven aan de inhoud van de kolommen van de doelenmatrix (nu: weten, vinden, kunnen). Samen met de doelgroep en de uitvoerders bespreek je vervolgens welke inhoud de doelenmatrix moet krijgen.

Wist je dat ...

...het erg moeilijk blijkt te zijn om stereotype beelden onderuit te halen?

Om dit te bereiken moet je namelijk:

Niet-LHBT-deelnemers meerdere LHBT's laten ontmoeten; deze kunnen dan minder gemakkelijk als 'uitzondering' worden gezien.

Stereotype beelden niet volledig omkeren. Hierdoor herinner je mensen alleen maar meer aan het bestaande stereotype beeld. Het is van belang dat de deelnemers niet doorhebben dat de interventie tracht hun stereotype beeld te weerleggen. Ze zullen dan niet actief gaan proberen dit beeld te behouden. Overigens kan het bij kinderen wel werken om stereotypen volledig om te keren, omdat bij hen stereotype beelden nog niet volledig geïnternaliseerd zijn.

Deelnemers afleiden. Een goede truc is het afleiden van de deelnemers door ze ondertussen iets anders te laten doen. Hierdoor bieden zij minder weerstand aan het aanpassen van hun stereotype denkbeelden.

Focus op overeenkomsten tussen verschillende LHBT's. Het gaat erom dat de deelnemers ook de LHBT's die niet passen in het stereotype beeld gaan zien als representatief voor de groep lesbiennes, homo mannen, bi's of transgenders. Dit kan bijvoorbeeld door de deelnemers de opdracht te geven om te focussen op overeenkomsten die zij zien tussen verschillende LHBT's. De diversiteit onderling en tegelijkertijd de onderlinge verbondenheid kunnen hierdoor zichtbaar worden. Dit is geen gemakkelijke klus.

Kortom: het verminderen van stereotype beelden (ze laten verdwijnen is vrijwel onmogelijk) is een pittige uitdaging. Lees ook: ['Do the right thing'](#).

Stap 5 ▼ Wat is de aanpak?

Je hebt inzichtelijk gemaakt wie wat moet weten, vinden en kunnen om de doelen van je interventie te behalen.

Nu volgt de meest creatieve fase: bedenken wat je gaat doen! Dat betekent het vormgeven van een aanpak die tot de vastgestelde doelen moet leiden. Ofwel: de vertaalslag van de doelen naar activiteiten, werkvormen en materialen.

Vragen

Wat zijn de activiteiten of werkwijzen waarmee ik de doelen bij de doelgroep(en) behaal?

Bedenk welk type activiteit je wilt inzetten om de houding en/of het gedrag van de doelgroep te veranderen. Als je bijvoorbeeld wilt dat je doelgroep nieuwe vaardigheden opdoet, dan is het niet zinvol om hen naar een film te laten kijken. Vaardigheden ontwikkel je vooral door te oefenen. En als je op het gevoel van je doelgroep wilt inspelen, bereik je dat niet door argumenten aan te dragen. Gevoelens kun je beïnvloeden door mensen de mogelijkheid te geven zich in te leven in een ander.

Welke activiteiten of werkwijzen kunnen passen bij welke onderdelen van de doelen? We geven een aantal voorbeelden.

► Weten:

- * actief leren, bijvoorbeeld door elkaar feedback te geven. (Petty, e.a., 2009)
- * edutainment door middel van film, theater, et cetera. (Bandura e.a., 1997)

► Vinden:

- * rolmodellen die lijken op de doelgroep en een bepaalde visie uitdragen. (McAlister e.a., 2008)
- * actie voeren met inhoudelijke argumenten. (Minkler e.a., 2004)
- * interpersoonlijk contact; contact tussen LHBT's en niet-LHBT's. (Pettigrow e.a., 2006)

► Kunnen:

- * rollenspellen waarin geoefend wordt met gedrag. (McAlister e.a., 2008)

► Voelen:

- * theater en films waarbij de kijkers zich kunnen inleven in de personages. (Felten, Emmen & Keuzenkamp, 2015)
- * interpersoonlijk contact; contact tussen LHBT's en niet-LHBT's. (Pettigrow e.a., 2006).

Zie voor meer informatie over deze bronnen: "Intervention mapping"¹¹ en 'Do the right thing'¹².

Welke materialen gebruik ik daarbij?

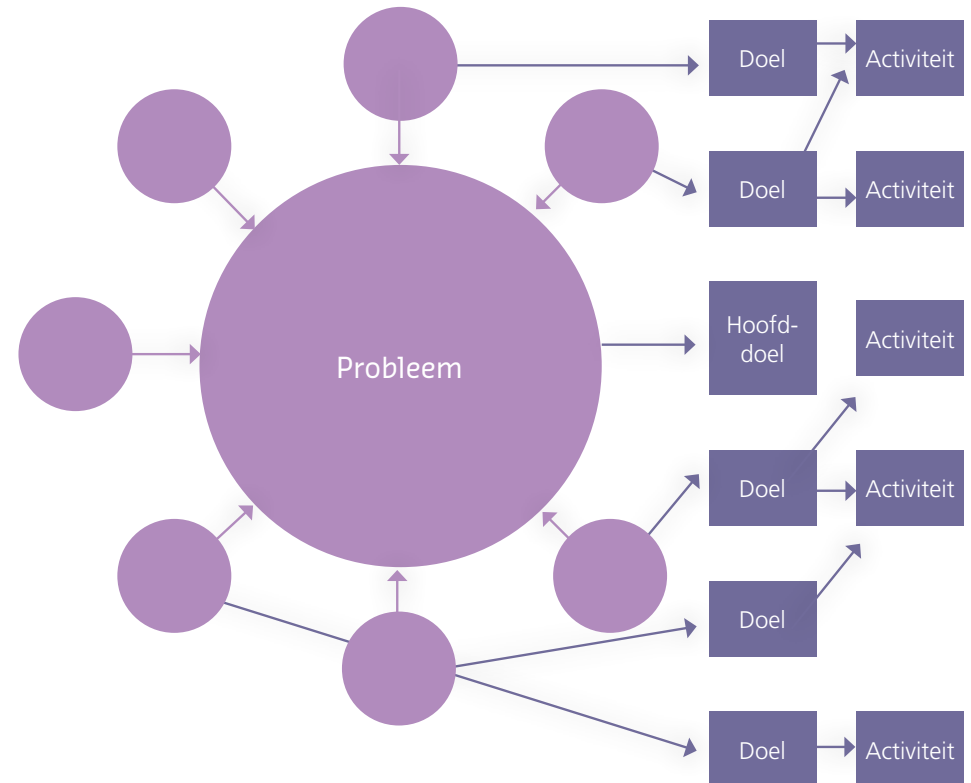
Let er bij de activiteiten op dat je deze zo nauw mogelijk laat aansluiten bij de belevingswereld van de doelgroep. Zo ziet een folder voor ouderen er uiteraard anders uit qua opmaak en *lay-out* dan een folder voor jongeren. Jongeren vinden digitale materialen ook vaak aantrekkelijker dan gedrukte materialen.

Figuur

Met behulp van de hier weergegeven figuur maak je een logische vertaalslag van doelen naar activiteiten. Zo zie je gelijk of er een logische samenhang is tussen de probleemanalyse (Stap 1), de doelformulering (Stap 2) en de activiteiten.

Met behulp van de doelenmatrix stel je per subdoel de inhoud van de activiteiten vast. In het voorbeeld zijn deze activiteiten gericht op 'weten, vinden, kunnen en voelen'. Om de inhoud concreet vorm te geven, kun je gebruik maken van bestaande werkvormen en technieken (zie bovenstaand kader). Soms kun je een activiteit inzetten voor meerdere onderdelen van de subdoelen.

Probleem en samenhangende factoren



Doelen

Aanpak

11 Bartholomew, L.K., Parcel, G.S., Kok, G., Gottlieb N.H. & Fernandez, M.E. (2011). *Planning health promotion programs. An intervention mapping approach*. San Francisco: Jossey-Bas

12 Felten H., Emmen, M. & Keuzenkamp, S. (2015). *Do the right thing: onderzoek naar de aanpak om acceptatie van homoseksualiteit vergroten*. Utrecht: Movisie

Toelichting met voorbeeld

Bij het voorbeeld waarin je doel is: 'schoolgaande jongeren vertonen respectvol gedrag naar gendernonconforme jongeren op school' kan een aantal oefeningen gericht zijn op meerdere onderdelen van de subdoelen. Het ontwikkelniveau is vmbo, maar dit kan aangepast worden voor havo en vwo.

ACTIVITEIT 1 ► Scholingsmiddag voor docenten met deskundigen (waaronder wetenschappelijk onderzoekers) die uitleg geven, een trainer die vaardigheden traint en docenten die een rolmodel kunnen zijn voor andere docenten.

Dit kan bijdragen aan:

- * weten dat pesten met gendernonconform gedrag negatieve gevolgen heeft.
- * vinden dat pesten met gendernonconform gedrag niet oké is.
- * adequaat kunnen ingrijpen als pesten met gendernonconform gedrag zich voordoet.
- * zich negatief voelen over pesten met gendernonconform gedrag.
- * zich positief voelen over zichzelf als zij ingrijpen.

ACTIVITEIT 2 ► Een quiz met goede en foute antwoorden gericht op kennisoverdracht (niveau vmbo).

Dit kan bijdragen aan:

- * weten wat met mannelijkheid en vrouwelijkheid bedoeld wordt.
- * weten wat mannelijkheid en vrouwelijkheid is en dat dit sociaal geconstrueerd is.
- * weten wat groepsdruk is.

ACTIVITEIT 3 ► Cursus Zelfvertrouwen met rollenspellen voor jongeren.

Dit kan bijdragen aan:

- * weten wat een positief zelfbeeld inhoudt.
- * vinden dat zij zelf oké zijn.
- * positief over zichzelf kunnen denken.
- * zich positief over zichzelf voelen.
- * kunnen reflecteren op inefficiënte negatieve gedachten over zichzelf.

ACTIVITEIT 4 ► Een film vertonen waarin zichtbaar wordt wat de gevolgen van pesten met gendernonconform gedrag kunnen zijn voor de betreffende jongere.

Dit kan bijdragen aan:

- * weten wat jongeren die in de ogen van anderen gendernonconform gedrag vertonen, ervaren op school.
- * het voelen van empathie voor jongeren die gendernonconform gedrag vertonen.
- * gevoelens van afkeer ten aanzien van groepsdruk.
- * zich goed voelen als zij zichzelf onttrekken aan groepsdruk.

ACTIVITEIT 5 ► Rolmodellen (beroemdheden) vertellen dat zij tegen pesten met gendernonconform gedrag zijn en voorstander zijn van het respectvol behandelen van die doelgroep. Zij:

- * vinden het niet oké om jongeren die gendernonconform gedrag vertonen te pesten.
- * vinden dat meegaan in de groepsdruk niet oké is.

ACTIVITEIT 6 ► Rollenspellen over wat te doen als vrienden jongeren pesten die gendernonconform gedrag vertonen.

Dit kan bijdragen aan:

- * voelen wanneer er groepsdruk is.
- * een positief gevoel als zij zichzelf onttrekken aan groepsdruk.
- * zichzelf kunnen onttrekken aan groepsdruk wanneer zij deze ervaren.
- * zichzelf positief kunnen uiten naar jongeren die gendernonconform gedrag vertonen.
- * zichzelf kunnen corrigeren op negatieve gedachten over gendernonconforme jongeren.

De verschillende activiteiten bij elkaar vormen bijvoorbeeld een lespakket.

Wist je dat ...

... theater en film goede middelen zijn om empathie op te wekken voor LHBT's? Er zijn vele studies gedaan naar de heilzame werking van empathie. Het effect daarvan is overtuigend aangetoond als het gaat om het verminderen van het negatieve oordeel van leden van een bepaalde groep over mensen die 'anders' zijn. Wat werkt in het voordeel van film en theater in vergelijking met andere werkwijzen die gericht zijn op empathie, is dat de kijker meegenomen wordt in het verhaal en daardoor 'vergeet' weerstand te bieden aan de beïnvloeding die uitgaat van de film of het theaterstuk.

Let op

De houding van mensen (hun meningen, visies, et cetera) veranderen is iets anders dan het gedrag veranderen. Gedrag is vaak een gevolg van een houding maar het kan ook andersom: als mensen zich anders gaan gedragen, dan passen zij vaak hun meningen en visies hierop aan. Dat betekent dat je zowel kunt insteken op het veranderen van gedrag als op het veranderen van houding als op allebei.

Bronnen

Het eerder genoemde boek *Intervention mapping* geeft een mooi overzicht van veel toegepaste bestaande technieken, de voorwaarden waaronder je ze het beste kunt gebruiken en concrete voorbeelden. Natuurlijk is het ook hier weer belangrijk om de doelgroep en de uitvoerders mee te laten denken over de activiteiten en werkvormen die het meest geschikt zijn.

Stap 6 ▼ Hoe zorg je dat de interventie gebruikt wordt?

In de stappen 1 tot en met 5 heb je je interventie systematisch ontwikkeld of verbeterd. Hoe zorg je er nu voor dat de interventie ook echt wordt gebruikt in de praktijk? In dit hoofdstuk geven we hiervoor handvatten.

Vragen

Je wilt graag dat je interventie in de praktijk gebruik gaat worden. Je moet daarom je potentiële 'gebruikers' zien te bereiken en te overtuigen om aan de slag te gaan met jouw interventie. De 'gebruikers' zijn de mensen die de interventie inzetten in de praktijk. De gebruikers zijn niet altijd de doelgroep. Bij het voorbeeld van het lespakket gericht op het vertonen van respectvol gedrag door jongeren naar genderconforme jongeren, zijn niet de jongeren de gebruikers maar de docenten. Zij kunnen de interventie gebruiken in hun klas en hen wil je daarom bereiken.

Om te weten wat je moet doen, moet je dus antwoord geven op de volgende vragen:

- * Hoe maak je de interventie bekend onder de gebruikers? (verspreiding)
- * Hoe zorg je dat de gebruikers enthousiast worden? (adoptie)
- * Hoe zorg je dat de gebruikers de interventie op de juiste manier kunnen gebruiken? (implementatie)
- * Hoe zorg je dat de gebruikers de interventie blijven gebruiken? (borging).

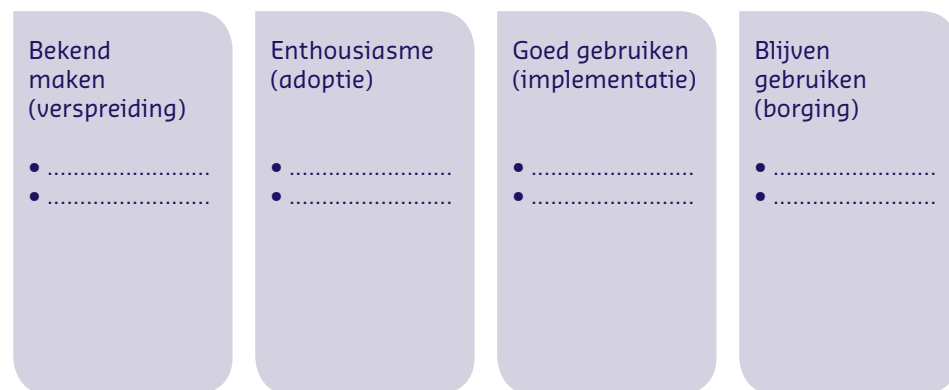
Door de vragen te beantwoorden per fase, kom je tot wat genoemd wordt een 'implementatieplan'. Geef daarbij ook aan welke (financiële) middelen nodig zijn en welke materialen beschikbaar zijn om de interventie uit te voeren.

Wist je dat ...

... het makkelijker is budget te vinden voor een nieuwe interventie dan voor het continueren van een oude interventie? Fondsen en overheden investeren namelijk graag in 'vernieuwing'. Denk er goed over na hoe je ervoor kunt zorgen dat na afloop van eventuele financiering je interventie gebruikt blijft worden.

Figuur

Om een implementatieproces succesvol te voltooien, moeten de volgende stappen worden doorlopen.



Let op

Het is logisch dat je de interventie eerst uitprobeert in de praktijk, voordat je haar gaat implementeren. Dit wordt een ‘pilot’ genoemd. In een pilot hoeft niet alles vlekkeloos te verlopen: het is bedoeld als leerervaring om op basis daarvan de interventie verder te verbeteren.

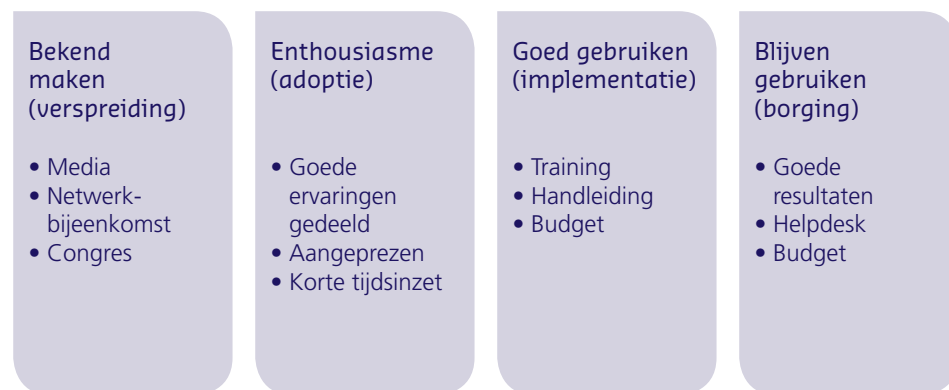
Toelichting met voorbeeld

Lespakket met als hoofdoelstelling: *Schoolgaande jongeren vertonen respectvol gedrag naar gendernonconforme jongeren op school.*

Het volgende is nodig:

Bekend zijn met de interventie	Enthousiast zijn over de interventie	In staat zijn de interventie in te zetten	De interventie blijven inzetten
Het lespakket is verspreid via media	Goede ervaringen met het lespakket zijn gedeeld	Docenten hebben een training gekregen om het lespakket in hun klas te gebruiken	Er komen goede resultaten uit de evaluatie van het lespakket
Het lespakket is bekendgemaakt via netwerkbijeenkomsten	Het lespakket wordt aangeprezen door belangrijke partijen	Er is een docentenhandleiding voor het inzetten van het lespakket	Docenten kunnen terecht bij een helpdesk als zij problemen tegenkomen in de praktijk
Op een congres is het lespakket gepresenteerd	Het taalgebruik in het lespakket is aantrekkelijk en simpel	Er is voldoende budget om het lespakket in te kopen en de voorlichters (rolmodellen) te betalen	Er is voldoende budget om de voorlichters (rolmodellen) te betalen

In een implementatieplan kunnen aan iedere doelstelling vervolgens concrete 'to do's' worden gehangen. Bijvoorbeeld: 'Anja gaat contact opnemen met een journalist van de lokale tv-zender' of 'Joep checkt hoeveel budget scholen hebben voor dit type interventies'.



Bronnen

Er is veel geschreven over implementatieprocessen. Twee voorbeelden van publicaties zijn:

* Daamen, W. (2013). [Wat werkt bij het implementeren van jeugdinterventies?](#) Utrecht: Nederlands Jeugdinstituut.

* www.zonmw.nl/nl/themas/thema-detail/implementatie/tips-vooraf/

Stap 7 Hoe ga je evalueren?

Als je interventie wordt uitgevoerd, wil je deze graag goed in de gaten houden. Hoe verloopt het proces? Worden alle onderdelen uitgevoerd? Hoe zijn de reacties? Wat zijn de resultaten? Om dat te weten te komen, ga je evalueren.

Vragen

Als je puur kijkt naar wat er is gebeurd tijdens het uitvoeren van de interventie, noemen we dit een *procesevaluatie*. Vragen die je zelf mee kunt nemen in de evaluatie zijn:

- * is de interventie uitgevoerd volgens plan?
- * bereikt de interventie de beoogde doelgroep?
- * hoe waarderen gebruikers en doelgroep de interventie?
- * wat zijn volgens hen de succes- en faalfactoren?
- * welke aanbevelingen zijn er om de interventie te verbeteren?

Kijk je ook naar wat de resultaten zijn, dan houd je een *inhoudsevaluatie*.

Vragen zijn dan:

- * heeft de interventie volgens de uitvoerders en de doelgroep het beoogde effect?
- * welke aanbevelingen zijn er om de interventie te verbeteren?

Figuur

Het is goed om tijdens de ontwikkeling van je interventie vast na te denken over de evaluatie. Dit helpt je nog een keer kritisch naar de doelstelling te kijken: is het concreet en haalbaar? Ook kun je dan een vragenlijst maken die tijdens de uitvoering van de interventie ingezet kan worden. Onderstaande tabel helpt je op weg bij het maken van je evaluatieplan.

Vragen	Methode
Uitvoering volgens plan?	
Bereik doelgroep?	
Waardering interventie?	
Ervaren effectiviteit?	
Succes- en faalfactoren	

Bij 'methode' kun je bijvoorbeeld denken aan: vraaggesprekken (interviews, focusgroepen of enquêtes), analyse van administratieve gegevens (registraties, vergaderverslagen, logboeken, bezoekersaantallen websites), observaties en literatuuronderzoek.

Je kunt de evaluatie zelf uitvoeren, maar je kunt ook denken aan een externe onderzoeker van een kennis- of onderzoeksinstituut.

Op basis van de evaluatie kom je tot aanscherping van de interventie. Je kunt daarna de stappen 1 tot en met 6 als het ware nog een keer opnieuw doorlopen en je interventie verder aanscherpen.

Toelichting met voorbeeld

Lespakket met als hoofdoelstelling: *schoolgaande jongeren vertonen respectvol gedrag naar jongeren die zich gendernonconform gedragen.*

Vragen	Methode
Uitvoering volgens plan?	Observatie in de klas
Bereik doelgroep?	Observatie in de klas
Waardering interventie?	Vragenlijsten onder de leerlingen en docenten
Ervaren effectiviteit?	Vragenlijsten onder de leerlingen en docenten
Succes- en faalfactoren	Vragenlijsten onder de leerlingen en docenten

Let op

Om echt op inhoud te kunnen evalueren, zou er effectonderzoek gedaan moeten worden met een controlegroep. Dit is echter zeer kostbaar en vraagt om expertise in evaluatieonderzoek. Er zijn echter ook eenvoudiger methoden om iets te weten te komen over effect. Zie de bronnen hieronder.

Bronnen

Er is veel literatuur over evaluatieonderzoek waarvan je bij het opstellen van je evaluatieplan gebruik kunt maken. We geven de volgende publicaties als voorbeeld:

- * Mateman & De Groot (2014). *Zicht op effect: een overzicht van instrumenten om zelf het effect van je aanpak te meten.* Utrecht: Movisie.
- * Swanborn (1999). *Evalueren: het ontwerpen, begeleiden en evalueren van interventies: een methodische basis voor evaluatieonderzoek.* Boom Lemma Uitgevers.

Wist je dat ...

... een interne evaluatie een goed begin in? Het is weliswaar subjectief maar geeft wel een beeld. Een stap verder is een evaluatie uitgevoerd door een objectieve partij. Als je zelf evalueert, kun je door het enthousiasme over je eigen interventie de resultaten mogelijk als te rooskleurig zien. Een objectieve partij, zoals een onderzoeksbureau, maar ook bijvoorbeeld een student die een afstudeeronderzoek doet, kan er met meer afstand naar kijken.

Bijlage 1 ▼ **Praktijkvoorbeeld Gay Straight Alliances (COC Nederland)**

Een mooi voorbeeld van een interventie gericht op onder andere meer acceptatie van LHBT, zijn de *Gay Straight Alliances* op scholen. De volledige beschrijving vind je [hier](#).

Hieronder vind je een aantal fragmenten.

Meer info: www.gaystraightalliance.nl/

Gay-Straight Alliances

Hoofddoel

Er is een positieve norm ten aanzien van seksuele en genderdiversiteit (LHBT) waardoor het schoolklimaat voor LHBT-leerlingen veiliger is.

Subdoelen per doelgroep

LHBT-leerlingen:

- * Accepteren hun eigen LHBT zijn en durven hier open over te zijn
- * Weten hoe om te gaan met negatieve bejegening
- * Hebben een sociaal netwerk in de school (LHBT en niet-LHBT)
- * Durven om hulp te vragen

Niet-LHBT-leerlingen:

- * Weten meer over LHBT
- * Kennen LHBT's op school
- * Weten beter hoe (positief) te reageren op LHBT's
- * Ondersteunen LHBT's

Docenten/directeuren:

- * Weten meer over LHBT en waar LHBT-leerlingen tegenaan lopen
- * Tolereren het stigmatiseren en pesten van LHBT-leerlingen niet
- * Maken LHBT-issues zichtbaar en bespreekbaar tijdens de lessen en spreken zich er positief over uit
- * Organiseren sociale steun voor LHBT-leerlingen

Gay-Straight Alliances (GSA's)

GSA's zijn clubs binnen de school van LHBT- en niet-LHBT-leerlingen ondersteund door docenten of ander onderwijsondersteunend personeel. In GSA's activeren, ondersteunen en helpen leerlingen elkaar om LHBT binnen school zichtbaar en bespreekbaar te maken. Hiertoe organiseren ze de volgende drie typen activiteiten.

Activiteiten gericht op kennisverspreiding over LHBT

- * Voorlichting door GSA of COC (empathietraining, interpersoonlijk contact)

Activiteiten gericht op zichtbaar en bespreekbaar maken van LHBT

- * Manifest tegen LHBT-discriminatie ondertekend door schoolleiding (agendasetting)
- * Medeleerlingen tekenen petitie waarmee ze aangeven niet het scheldwoord 'homo' te zullen gebruiken (mobilizing social networks)
- * Ludieke acties, zoals medeleerlingen vragen om paars te dragen op paarse vrijdag tegen homofobie (social action)

Activiteiten gericht op ondersteuning van LHBT-leerlingen

- * Leerlingen gaan met medeleerlingen in dialoog over LHBT (modeling)
- * Ondersteuning van leerlingen bij hun coming-out (network linkages)

Bijlage 2 Meer informatie

Systematische interventie-ontwikkeling:

Bartholomew, L.K. & Parcel, G.S. (2011). *Planning health promotion programs*. San Francisco: Jossey-Bass.

Kok, H., Molleman, G., Saan, H. & Ploeg, M. (2003). *Handboek Preffi 2.0: richtlijn voor effectieve gezondheidsbevordering en preventie*. Utrecht: CBO.

De werkwijze van de diverse databanken met *effectieve interventies* is eveneens gebaseerd op kennis over systematische ontwikkeling van interventies. Hiervoor zijn verschillende ondersteunende producten ontwikkeld, waarvan dit instrument er één is. Zie voor meer informatie over de databank *Effectieve sociale interventies* van Movisie: www.movisie.nl/effectievsocialeinterventies.

Beschrijven van je interventie:

Booijink, M., Kuipers, C. & Lammersen, G. (2012). *Schrijfwijzer, hoe schrijf ik een handboek?* Utrecht: Movisie.

Meer informatie over LHBT:

Felten, H. (2015). *Lesbische vrouwen, homo mannen, biseksuelen en transgenders (LHBT) in Nederland. Feiten en cijfers op een rij*. Utrecht: Movisie.

www.movisie.nl/kennisdossiers/lhbt-emanipatie

Felten H., Emmen, M. & Keuzenkamp, S. (2015). [Do the right thing](#): onderzoek naar de aanpak om acceptatie van homoseksualiteit vergroten. Utrecht: Movisie

Colofon

Auteurs: Hanneke Felten, Marijke Booijink en Kristin Janssens

Met dank aan: Saskia Keuzenkamp (Movisie), Else Boss (Movisie), Annemarie van Hinsberg (Movisie), Hester Klein Tijssink (Theater AanZ), Leonie Lanting (Stichting Outway), Kris Lammers (Stichting Outway), Geert Jan Edelenbosch (COC Nederland).

Dit instrument is onder meer gebaseerd op een werksessie als onderdeel van een training Intervention mapping door Madelief Bertens van *Gezondheidscommunicatie, Onderzoek en Advies* (februari 2014) en op een Masterclass voor interventieontwikkelaars op het gebied van LHBT tijdens de bijeenkomst 'Do the right thing' van Movisie (september 2015).

Januari 2016



Deze publicatie is mede gefinancierd door het PROGRESS Programma van de Europese Unie. De inhoud komt volledig voor de verantwoording van Movisie en kan niet worden beschouwd als de mening van de Europese Commissie.