WE CAN Young campagne resultaatmeting

Eindrapportage

Auteur(s) Martijn Bool
Nada de Groot
Hanneke Mateman (vragenlijstgedeelte)

Datum Utrecht, november 2015

© Movisie

Movisie: kennis en aanpak van sociale vraagstukken

Movisie is het landelijke kennisinstituut en adviesbureau voor toepasbare kennis, adviezen en oplossingen bij de aanpak van sociale vraagstukken op het terrein van welzijn, participatie, sociale zorg en sociale veiligheid. Onze activiteiten zijn georganiseerd in vier actuele programma's: effectiviteit en vakmanschap, zelfredzaamheid, participatie, veiligheid en huiselijk/seksueel geweld.

We investeren in de kracht en de onderlinge verbinding van burgers. We doen dit door maatschappelijke organisaties, overheden, maatschappelijk betrokken bedrijven en burgerinitiatieven te ondersteunen, te adviseren én met hen samen te werken. Lokaal of landelijk, toegesneden op het vraagstuk en de organisatie. Zo kunnen deze organisaties en hun professionals hun werk voor de samenleving zo goed mogelijk doen.

Kijk voor meer informatie op www.movisie.nl.

COLOFON

Auteur(s): Martijn Bool, Nada de Groot, Hanneke Mateman (vragenlijstgedeelte), Jeske van der Waerden (projectondersteuning)
Projectnummer: P2445
Datum: november 2015
© Movisie
Bestellen: www.movisie.nl

Dit rapport is tot stand gekomen met subsidie van het ministerie van OCW.

Inhoud

Samenvatting resultaatmeting WE CAN Young 4
Inleiding rapportage 7
1. Het onderzoek 9
Uitgangspunten WE CAN Young campagne 9
Theoretische modellen 12
Van theorie naar onderzoek van de campagne 14
2. Methodologie 15
3. Het bereik van WE CAN Young 18
4. Activiteiten 20
5. Effecten van WE CAN Young op changemakers en jongeren 24
Effecten - Vragenlijst 24
Ervaren effecten - interviews 27
6. Werkzame mechanismes 31
7. Conclusies en bespreking 38
Literatuur 45
Bijlage Begeleidingscommissie 46

Samenvatting resultaatmeting WE CAN Young

WE CAN Young is een *peer to peer* campagne gericht op het vergroten van de seksuele weerbaarheid van jongeren[1] en werd gefinancierd door het ministerie van OCW.
De campagne, die liep van mei 2012 tot eind 2014, is in 15 gemeenten uitgevoerd en werd door een landelijk campagneteam van Movisie ondersteund. De resultaatmeting is gericht op deze periode. De campagne loopt nog door in 2016. De uitkomsten en aanbevelingen voortkomend uit deze resultaatmeting kunnen gebruikt worden om het vervolg vorm te geven en bij te dragen aan kwaliteitsverbetering en borging daarvan.

Binnen WCY gaan actieve jongeren (*changemakers*) aan de slag om de kennis en houding van andere jongeren op het gebied van seksuele en relationele weerbaarheid, genderongelijkheid en gendergeweld stapsgewijs te versterken. Hierin vormen peer educatie, peer activatie en peer mobilisatie de leidraad. Een onafhankelijk onderzoeksteam van Movisie onderzocht de resultaten van WE CAN Young .

Met deze resultaatmeting van de lokaal uitgevoerde activiteiten[2] is onderzocht in hoeverre de doelstellingen van de WE CAN Young campagne (WCY) behaald zijn en welke werkzame mechanismen hierbij een rol spelen. De rapportage beantwoordt de volgende onderzoeksvragen:

- Wat is het bereik van WCY (aantal bereikte changemakers, jongeren en activiteiten)?
- Wat voor activiteiten zijn er uitgevoerd in het kader van WCY?
- Welke (ervaren) effecten heeft WCY op changemakers en jongeren?
- Wat zijn werkzame mechanismen van WCY?

De resultaatmeting is uitgevoerd met behulp van vragenlijsten en interviews onder changemakers en jongeren, observaties van activiteiten, een monitor bij lokale projectleiders en bestudering van werkverslagen van projectleiders.

Bereik
WCY heeft in de periode 2012-2014 een groot aantal changemakers en jongeren bereikt. Volgens de uitgezette monitor zijn meer dan 1.800 changemakers geïnstrueerd om activiteiten voor WCY uit te voeren. Er zijn meer dan 11.000 jongeren *live* bereikt met activiteiten. Daarnaast zijn naar schatting meer dan 90.000 jongeren via diverse social media bereikt.

Activiteiten
Changemakers en jongeren hebben in het kader van WCY een groot aantal (3.139) uiteenlopende activiteiten uitgevoerd (de changemakers) of daaraan deelgenomen (de jongeren). Deze variëren van ultrakorte acties zoals het uitdelen van flyers tot debatten, voorstellingen en uitgebreide voorlichtingsbijeenkomsten.
De activiteiten gaan grotendeels uit van de ideeën en capaciteiten van de changemakers zelf en zijn mede door hen ontwikkeld. Dat betekent dat vrijwel iedere activiteit uniek is qua vorm en inhoud.
Ook de intensiteit en duur van een specifiek WCY 'traject' verschilt. Sommige changemakers zijn betrokken bij slechts een enkele activiteit, anderen aan een hele reeks activiteiten. Hetzelfde geldt voor de jongeren. Bij de jongeren is er wel vaker sprake van beperkte kortdurende trajecten gericht op educatie en minder vaak van intensieve trajecten dan bij de changemakers.

[1] In de praktijk varieerde de bereikte doelgroep tussen de 12 en 23 jaar.
[2] Het bereik en effecten van de landelijk uitgevoerde activiteiten zijn niet bij deze evaluatie betrokken.

De thema's die centraal staan in de activiteiten zijn: genderongelijkheid, grensoverschrijdend gedrag, grenzen stellen en respecteren, (gender) geweld en het bredere thema 'omgaan met seksualiteit'.

Effecten
De beoogde resultaten van WCY zijn kennis en bewustwording over de thema's grensoverschrijdend gedrag, seksueel weerbare attitude, genderongelijkheid en gendergeweld met als doel dat een jongere zich uiteindelijk weerbaar kan gedragen. Om het effect te bepalen zijn vragenlijsten afgenomen en interviews gehouden.

De respons op de vragenlijst was te laag om uitspraken te doen over de vraag of de campagne effect heeft gehad op de respondenten wat betreft verandering van attitudes en bewustzijn op basis van verschillende schalen. Uit zelfrapportage, of respondenten zelf veranderingen ervaren, blijkt echter dat 38% (1-meting) en 42 % (2-meting) van de changemakers vindt dat hun ideeën e/of gedrag verandert door WE CAN Young. Van de jongeren vindt bijna een derde (1-meting) tot iets minder dan de helft (2-meting) dat zij iets geleerd hebben van de campagne.

In de interviews geeft de meerderheid van de changemakers en jongeren aan dat ze naar hun eigen mening nieuwe kennis hebben opgedaan over de WCY onderwerpen. Ruim een derde van de changemakers en de helft van de jongeren neemt naar eigen mening veranderingen waar in hun houding of mening. Iets minder dan de helft van de jongeren en ongeveer een derde van de changemakers geeft aan dat er veranderingen hebben plaatsgevonden qua sociale invloed, wat wil zeggen dat zij WCY onderwerpen met andere mensen zijn gaan bespreken. Enkelen geven aan dat ze nieuwe competenties hebben opgedaan en verwachten zich anders te gaan gedragen door WCY.

Werkzame mechanismen
- Intensieve, interactieve activiteiten met goede inhoudelijke informatieoverdracht en goede begeleiding waarin aandacht besteed wordt aan educatie, activatie en mobilisatie, zijn potentieel het meest succesvol.
- Changemakers en jongeren die gedurende langere tijd intensiever met WCY bezig zijn, ervaren meer effecten bij zichzelf op het gebied van kennis, attitude en eigen effectiviteit.
- Kortdurende eenmalige activiteiten komen relatief veel voor en zijn populair. Deze activiteiten zijn nuttig om de WCY thematiek onder de aandacht te brengen, qua effect op het gebied van kennis, attitude en eigen effectiviteit mag er niet te veel van verwacht worden.
- Activiteiten met een sterk inhoudelijke en educatieve insteek zoals voorlichting over seksueel grensoverschrijdend gedrag leveren meer kennis op dan een activiteit waarbij educatie bijzaak is, zoals bij het uitdelen van flyers.
- De jongeren onderschrijven de toegevoegde waarde van peer educatie: jongeren luisteren graag naar andere jongeren.
- Van belang is dat de educatie aansluit op het kennisniveau van jongeren en goed is afgestemd op hun ervaring en belevingswereld.
- Het actief aan de slag gaan met WCY onderwerpen vergeleken met passieve kennisoverdracht is van grote toegevoegde waarde. Jongeren vinden het leuk om iets te doen met de WCY onderwerpen in de vorm van spel, visuele uitingen, het voorbereiden van een debat etc. en de kennis wordt daardoor meer eigen gemaakt en verrijkt.
- Goed geïnstrueerde lokale projectleiders zijn cruciaal in de werving, educatie, activering en mobilisering van changemakers en jongeren. Het is de kunst om de juiste balans te vinden tussen sturing en vrijheid. Sturing is gericht op het aanreiken van de juiste basiskennis en materialen, doelen

stellen en deelnemers te stimuleren om activiteiten te ondernemen. Vrijheid biedt jongeren de gelegenheid om zelf aan de slag te gaan en iets te doen wat bij hun capaciteiten en interesses aansluit en zij leuk vinden.
- Samenwerking met de verschillende partners en aansluiting bij bestaande (school)projecten en methodes kunnen ervoor zorgen dat krachten gebundeld worden en er van elkaars kennis en expertise geprofiteerd wordt.
- Invulling van WCY verschilt van gemeente tot gemeente, per activiteit en per changemaker en jongere. Ook verschillen de doelen van de activiteiten. Wat daarin specifiek werkt, zal dan ook per situatie verschillen.

Aanbevelingen
- De WCY campagne richt zich nu op diverse thema's en heeft een brede doelstelling. Door de campagne toe te spitsen op een beperkter thema en doelstelling, kan meer richting worden gegeven aan de ondersteuning, kennis over werkzame mechanismen specifieker worden ingezet en doelgerichter gewerkt worden.
- De begeleiding en uitvoering van activiteiten kan verbeterd worden door het formuleren van doelstellingen op het niveau van activiteiten en deze te evalueren. Hierdoor kunnen activiteiten doelgerichter begeleid, uitgevoerd worden en geeft evaluatie feedback aan de projectleiders en changemakers over wat wel en niet werkt.
- Het is zinvol om gebruik te maken van beproefde bestaande (les) methoden die aansluiten op de doelstellingen van WCY.
- Het is raadzaam om gebruik te maken van de hiervoor vermelde kennis over werkzame mechanismes en wat hierover bekend is uit de literatuur. Draag deze actief over via de landelijke toolkit en werksessies met lokale projectleiders zodat zij deze ook weer bij de ondersteuning van changemakers kunnen inzetten.
- In de praktijk zien we dat kortdurende eenmalige activiteiten veel voorkomen. De aanbeveling is om deze uit te breiden met andere activiteiten zodat een combinatie van educatie en activatie ontstaat.
- Actieve verwerking draagt bij aan effect. Bied daarvoor de gelegenheid waarbij dieper ingegaan wordt op de thematiek en jongeren vragen kunnen stellen en ideeën kunnen uitwisselen.
- Onderzoek naar een dergelijke campagne vraagt om instrumenten die nauw aansluiten bij de betrokken jongeren, de uitgevoerde activiteiten en de thema's.

Inleiding rapportage

WE CAN Young is een peer to peer campagne gericht op het vergroten van de seksuele weerbaarheid van jongeren tussen de 14 en 18 jaar[3] en werd gefinancierd door het ministerie van OCW. De campagne, die liep van mei 2012 tot eind 2014, is in 15 gemeenten uitgevoerd en werd door een landelijk campagneteam van Movisie ondersteund. Een onafhankelijk onderzoeksteam van Movisie onderzocht de resultaten van WE CAN Young tussen oktober 2012 en september 2015.
De campagne loopt nog door in 2016. De uitkomsten en aanbevelingen voortkomend uit deze resultaatmeting kunnen gebruikt worden om het vervolg vorm te geven en bij te dragen aan kwaliteitsverbetering en borging daarvan.

Aanleiding
Het ministerie van OCW heeft de WE CAN Young campagne (WCY) gefinancierd omdat deze past binnen een van de hoofdthema's van het emancipatiebeleid, geweld tegen vrouwen.[4] In de Hoofdlijnen brief van het ministerie staat dat 39% van alle Nederlandse vrouwen ooit slachtoffers is geweest van seksueel geweld en dat 84% van de meisjes tussen 15 en 25 jaar te maken heeft gehad met seksueel grensoverschrijdend gedrag (tegenover 66% van de jongens). Het ministerie ziet 'Belangrijke oorzaken van huiselijk en seksueel geweld liggen in (economische) ongelijkheid en machtsverschillen tussen mannen en vrouwen en stereotiepe beelden over de rol van mannen en vrouwen. De oplossingen moeten daarom worden gezocht in een gezonde en gelijkwaardige verhouding tussen mannen en vrouwen.' De minister wil daar stevig op inzetten en 'een bijdrage leveren aan de (structurele) preventie van geweld in afhankelijkheidsrelaties'. Daarbij richt het beleid zich op het vergroten van de relationele en seksuele weerbaarheid van jongeren. De WE CAN Young campagne in 15 grote gemeenten is daarbij een van de preventieve maatregelen: 'Deze campagne biedt jongeren de kans om zelf acties te bedenken en uit te voeren, om zo te werken aan het eigen bewustzijn en de weerbaarheid tegen seksueel overschrijdend gedrag en geweld: van graffiti-wall tot een debatmiddag. WE CAN Young biedt jongeren de kans om anderen te inspireren.'

WE CAN Young in het kort
Binnen WCY gaan actieve jongeren (changemakers) aan de slag om de kennis en houding van andere jongeren op het gebied van seksuele en relationele weerbaarheid, genderongelijkheid en gendergeweld stapsgewijs te versterken. Hierin vormen peer educatie, peer activatie en peer mobilisatie de leidraad. Peer educatie houdt in dat leeftijdsgenoten aan andere jongeren informatie overdragen en dat zij bewustwording creëren bij deze jongeren. Met peer activatie gaan changemakers actief aan de slag gaan met de onderwerpen door diverse acties te bedenken voor andere jongeren. Met peer mobilisatie wordt het uitvoeren van de bedachte acties en het uitdragen van de achterliggende boodschap bedoeld (Pierik en Repetur, 2012). De bedoeling is dat dit proces zich voortzet en de bereikte jongeren ook changemakers worden. Lokale projectleiders begeleiden en stimuleren de changemakers in het proces van educatie, activatie en mobilisatie.

[3] In de praktijk varieerde de bereikte doelgroep tussen de 12 en 23 jaar.
[4] Ministerie van OCW (2013). Hoofdlijnenbrief Emancipatiebeleid 2013-2016 + bijlagen.

Beoogde doelen en resultaten van de campagne
Het beoogde resultaat van de WE CAN Young campagne is:

- Er zijn minimaal 16 lokale coalitiepartners (gemeenten, maar waarschijnlijk ook GGD'en, CJG's etc.).
- Het bereik van de campagne: er zijn 120 *changemakers* in de leeftijdscategorie 14-18 jaar betrokken bij WE CAN Young per lokale coalitiepartner (gemeente); in totaal gaat het om minimaal 16 x 120 = 1920 changemakers.
- De changemakers hebben (in meer of mindere mate) activiteiten ontplooid en/of er aan deelgenomen.
- Changemakers hebben meer kennis en bewustwording over gender geweld en gender ongelijkheid.
- Changemakers stellen zich seksueel en relationeel weerbaarder op dan bij de start van de WCY.
- De jongeren die door de changemakers worden bereikt hebben meer kennis over gender (on)gelijkheid, gender geweld en zijn relationeel en seksueel weerbaarder.

In de beoogde resultaten zijn geen streefgetallen opgenomen over het aantal te bereiken jongeren.

Leeswijzer
In deze samenvattende eindrapportage wordt verslag gedaan van de resultaatmeting van de WE CAN Young campagne. Deze is gebaseerd op verschillende deelonderzoeken die beschreven staan in afzonderlijke deelrapportages.

Deelrapportage 1 gaat over het bereik, de gevoerde activiteiten zoals dat uit de monitor, werkverslagen van de campagne en andere bronnen bekend is.
Deelrapportage 2 beschrijft de ervaren effecten van de campagne bij de jongeren en de *changemakers,* in kaart gebracht met de interviews en observaties.
Deelrapportage 3 rapporteert over de opzet en de resultaten van het vragenlijstonderzoek.
Deelrapportage 4 inventariseert leerpunten uit de werkdocumenten van lokale en landelijke projectleiders.

1. Het onderzoek

Om in beeld te krijgen in hoeverre en hoe de doelstellingen van WE CAN Young behaald zijn, heeft Movisie kwantitatief en kwalitatief en onderzoek gedaan naar de effecten en werkzame mechanismes van WE CAN Young. Hiertoe zijn de volgende onderzoeksvragen geformuleerd.

- Wat is het bereik van WE CAN Young? (aantal bereikte changemakers, jongeren en activiteiten)
- Wat voor activiteiten zijn er uitgevoerd in het kader van WE CAN Young?
- Wat zijn achtergrondkenmerken van changemakers en jongeren?[5]
- Welke (ervaren) effecten heeft WE CAN Young op changemakers en jongeren?
- Wat zijn werkzame mechanismen van WE CAN Young?

In dit hoofdstuk beschrijven we eerst de uitgangspunten van de WE CAN Young campagne. Vervolgens kijken we naar twee theoretische modellen die de uitgangspunten van de campagne in een breder kader plaatsen en de basis vormen voor het opstellen en analyseren van de vragenlijsten en de interviews en observaties.

Uitgangspunten WE CAN Young campagne

Thema's

WE CAN Young richt zich op de thema's seksuele weerbaarheid, genderongelijkheid en gendergeweld. Wat wordt hieronder verstaan?

In het projectplan van WE CAN Young wordt seksuele weerbaarheid gezien als controle en regie over de eigen seksualiteit. Hiermee wordt het vermogen bedoeld om keuzes te maken, wensen en grenzen te uiten en om verantwoordelijkheid te nemen voor het eigen gedrag en de gevolgen daarvan (Meulmeester *et al.* in Pierik en Repetur, 2012). Grensoverschrijdend gedrag wordt binnen de WE CAN Young campagne gedefinieerd als 'seksueel gedrag dat over de grens van een van de betrokkenen gaat en waarbij een partner die geen seks wil wordt overgehaald, beïnvloed, gemanipuleerd, gechanteerd of gedwongen. Het kan gaan om grensoverschrijdende seks met fysiek contact of zonder fysiek contact en varieert van ongewenste seksuele opmerkingen tot gedwongen penetratie' (Kuyper *et al.* 2009 in Pierik en Repetur, 2012). Vanuit dit oogpunt is voor het begrip seksuele weerbaarheid van belang om een onderscheid te maken tussen gezond seksueel gedrag en seksueel grensoverschrijdend gedrag. De WE CAN Young campagne heeft hiervoor het Vlaggensysteem geïncorporeerd.

Het Vlaggensysteem biedt een zestal criteria om seksueel gedrag van jongeren te kunnen duiden, namelijk wederzijdse toestemming, vrijwilligheid, gelijkwaardigheid, leeftijdsadequaat, contextadequaat en zelfrespect. Van grensoverschrijdend gedrag is sprake bij elke vorm van seksueel gedrag of seksuele toenadering ten aanzien van een jongere, in verbale, non-verbale of fysieke zin, waarbij aan een of meerdere van de zes criteria niet wordt voldaan (Frans & Franck, 2010). In het Vlaggensysteem wordt seksueel gedrag in een continuüm gezien. Seksueel gedrag wordt in vier categorieën ingedeeld, namelijk aanvaardbaar seksueel gedrag, licht seksueel grensoverschrijdend gedrag, ernstig grensoverschrijdend gedrag en zwaar seksueel grensoverschrijdend gedrag (Frans, E., Franck. T., 2010).

Binnen de WE CAN Young campagne wordt een relatie gelegd tussen grensoverschrijdend gedrag en seksualisering. In het projectplan wordt gerefereerd aan een onderzoek waaruit blijkt dat er een verband bestaat tussen seksualisering in de media en seksueel grensoverschrijdende attitudes en ervaringen (De Graaf *et al.* 2008 in Pierik en Repetur, 2012). Uit een aanvullend onderzoek blijkt dat jongeren veel gender stereotype opvattingen hebben op het gebied van seksualiteit en dat media deze opvattingen weerspiegelen en versterken (De Graaf *et al.* 2009 in Pierik en Repetur, 2012). In de WE CAN Young campagne is genderongelijkheid als thema opgenomen om jongeren te stimuleren om na

[5] Enige achtergrondgegevens zijn in deelrapportage 3 van het vragenlijst onderzoek te vinden.

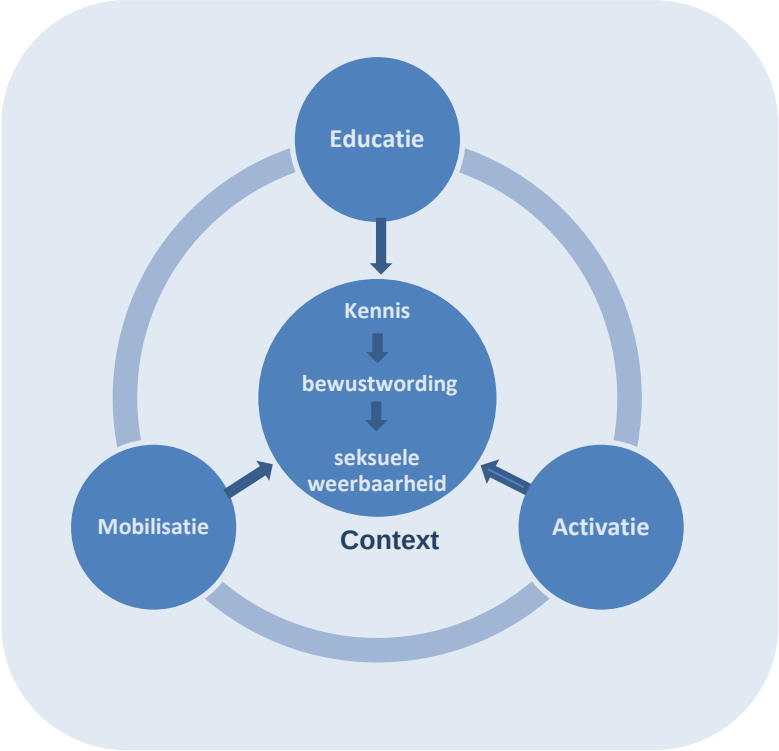
te denken over geseksualiseerde beelden in de media in relatie tot seksualiteit, schoonheidsidealen en genderrollen (Pierik en Repetur, 2012).
In de bijlage van het projectplan van de WE CAN Young campagne is te lezen dat structurele ongelijkheid tussen mannen en vrouwen in de maatschappij een belangrijke oorzaak is van geweld tegen vrouwen. Onder gendergeweld worden in het projectplan de volgende onderwerpen verstaan: huiselijk geweld, partnergeweld, incest, gedwongen prostitutie, meisjesbesnijdenis, gedwongen huwelijk, eerwraak, eergerelateerd geweld, seksuele intimidatie en 'date rape'. Uit deze omschrijving van gendergeweld komt ook een overlap naar voren met grensoverschrijdend gedrag. Seksuele intimidatie is bijvoorbeeld ook een vorm van grensoverschrijdend gedrag. Om verwarring te voorkomen, wordt in dit rapport het in het projectplan gemaakte onderscheid aangehouden.

Visie op verandering van WE CAN Young
De WE CAN Young campagne is gebaseerd op de WE CAN campagne, een internationale campagne gericht op het uitbannen van geweld tegen vrouwen en genderongelijkheid. Volgens deze campagne is het herkennen, erkennen en benoemen van geweld tegen vrouwen een eerste stap in bewustzijn en verandering van gedrag. De campagne tracht mensen actief te mobiliseren om verantwoordelijkheid te nemen voor het eigen gedrag en geweld in de omgeving. De achterliggende gedachte is dat als er voldoende individuen gezamenlijk voor verandering willen staan, er een kritische massa ontstaat die de samenleving beïnvloedt en verandert (Pierik en Repetur, 2012). In de WE CAN Young campagne komt dit principe tot uiting in een peer-to-peer aanpak waarbij jongeren (educatieve) activiteiten ontplooien voor andere jongeren. De jongeren die zich committeren aan WE CAN Young om activiteiten te ondernemen worden *changemakers* genoemd. De jongeren die door de changemakers bereikt worden, noemen we kortweg jongeren.

Peer educatie, peer activatie en peer mobilisatie vormen gezamenlijk de leidraad binnen de WE CAN Young campagne om de kennis en houding van jongeren op het gebied van seksuele en relationele weerbaarheid, genderongelijkheid en gendergeweld stapsgewijs te versterken. Peer educatie houdt in dat leeftijdsgenoten aan andere jongeren informatie overdragen en dat zij bewustwording creëren bij deze jongeren. Peer activatie is het proces waarbij peer educators actief aan de slag gaan met de onderwerpen door acties te bedenken en voor te bereiden voor andere jongeren. Met peer mobilisatie wordt het uitvoeren van de bedachte acties, het uitdragen van de achterliggende boodschap en het werven van nieuwe peer educators (changemakers) (Pierik en Repetur, 2012). In de loop van de campagne blijkt, aldus de landelijke projectleiders, het begrip mobilisatie vooral gebruikt te worden om nieuwe changemakers te werven. Op dit punt komen we later terug in hoofdstuk 7.

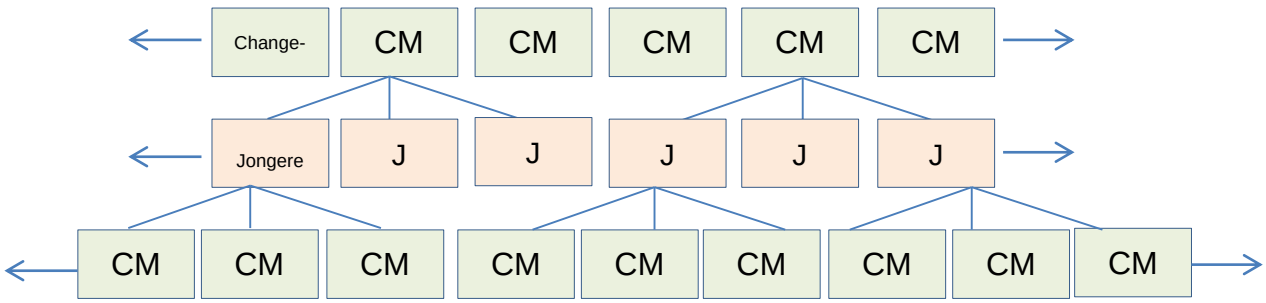
Het idee achter het stapsgewijs versterken van de kennis en houding van jongeren is dat het tot uiteindelijk tot seksueel weerbaarder gedrag leidt. De WE CAN Young campagne maakt gebruik van de principes van het veranderingsmodel 'model of change'. Binnen dit model wordt verandering gezien als een 'doorlopend proces van bewustwording, reflectie, medestanders zoeken en in actie komen' (*Ibid.*). Deze strategie van de WE CAN Young campagne is in figuur 1.1 weergegeven.

Figuur 1.1 Veronderstelde werkzame mechanismes en outcome WE CAN Young



Definities changemakers en jongeren
In het kader van onderzoek hebben we de respondenten van de resultaatmeting als volgt gedefinieerd.
Changemakers (CM) zijn degenen die zich, na wervingsactiviteiten, aanmelden voor een instructie of trainingsbijeenkomst die de lokale uitvoerder van de WE CAN Young campagne aanbiedt.
Jongeren zijn degenen die door activiteiten van een changemaker in aanraking komen met de WE CAN Young campagne.

Figuur 1.2 Relatie tussen changemakers en jongeren



De achterliggende idee van de campagne is dat deze jongeren zelf ook weer changemaker worden. Een voorbeeld: Een lokale projectleider gaat studenten van een sociaal culturele opleiding instrueren om klassikaal changemakers (CM'ers) te werven. Deze studenten kunnen als CM'er aangemerkt worden. De leerlingen in de klas krijgen activiteiten in het kader van WCY en kunnen als jongeren beschouwd worden. Tegelijkertijd worden zij geworven om CM'er te worden. Dat is een soort tweede lichting CM'ers (zie figuur 1.1). Als zij vervolgens aan een instructiebijeenkomst meedoen worden zij actieve CM'er in het kader van de campagne.[6] Zij kunnen zich ook manifesteren als changemaker en dit kenbaar maken op de landelijke WCY site. En uiteraard kunnen zij zich in hun persoonlijke levenssfeer opstellen als changemaker.

Bij de uitvoering van het onderzoek bleek het onderscheid tussen changemakers en jongeren niet altijd even eenvoudig te bepalen. Op dit punt komen we terug in hoofdstuk 7.

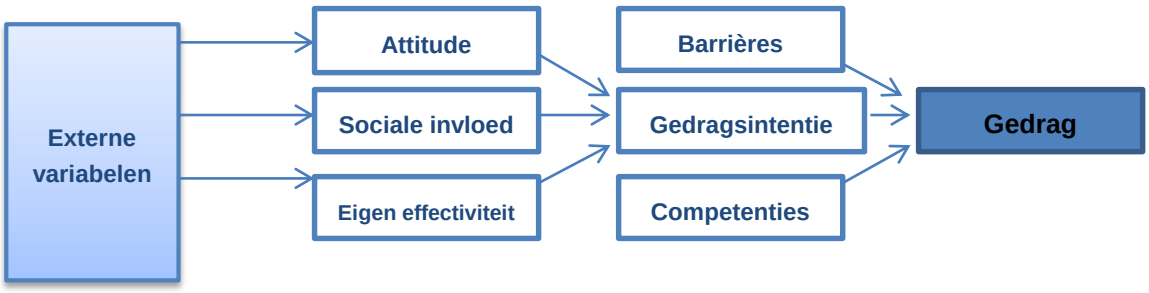
Kenmerk van de WE CAN Young campagne
Kenmerkend aan de campagne is dat de precieze thema's en de manier waarop deze worden ingevuld en gepresenteerd, verschillen per activiteit en gemeente. Dit is afhankelijk van de invulling en vormgeving door de changemakers en van de begeleiding door de lokale projectleiders. Dat is anders dan bij veel vooraf gestructureerde campagnes en interventies in het sociale domein. Voor het onderzoek betekent dit dat het bereik en de wijze waarop dit bereik gerealiseerd wordt sterk uiteen kan lopen. Bijvoorbeeld of het bereik fysiek (live) is of via social media. Effecten kunnen daardoor ook uiteenlopen.

Theoretische modellen

Het ASE-model
In het projectplan van WE CAN Young wordt kort aangestipt hoe de campagne verandering wil bewerkstelligen op het gebied van relationele en seksuele weerbaarheid en genderongelijkheid en gendergeweld. Om verandering te kunnen onderzoeken en duiden is gebruik gemaakt van het ASE-model. Het ASE-model geeft inzicht in gedragsverandering. Volgens dit model is gedrag het beste te voorspellen uit de intentie. Deze intentie wordt beïnvloed door drie componenten , namelijk attitude, sociale invloed en eigen effectiviteit (Fishbein en Azjen, 1980)[7]. Binnen dit model is intentie niet alleen een afhankelijke variabele, maar ook een onafhankelijke variabele. Dit betekent dat intentie het gevolg van de drie componenten is en tevens een verklarende factor (zie onder andere: Gemeente Rotterdam, 2011).
Een uitgebreide variant van het ASE-model komt van de gemeente Rotterdam et al[8]. Barrières zijn de belemmeringen die iemand ervaart om de gedragsintentie om te zetten in feitelijk gedrag. Competenties zijn de vaardigheden die iemand nodig heeft om het gewenste gedrag te vertonen. Het uitbreiden van de competenties heeft bovendien een positieve invloed op eigen effectiviteit (*Ibid.*) (zie figuur 1.3).

[6] Relevant voor het vragenlijst onderzoek: als zij al eerder als jongere aan het vragenlijstonderzoek mee hebben gedaan, gaan zij niet alsnog als CM'er aan het onderzoek deelnemen.
[7] Zie voor literatuurverwijzingen de deelrapportage Interviews en observaties.
[8] Dit zijn elementen vermeld in het Integrated Behavorial Model (Bartholomew et al., 2011).

Figuur 1.3 Het uitgebreide ASE model in Gemeente Rotterdam et al.



Kennis is in bovenstaand model afwezig, maar wordt in een ander sociaal cognitief model gezien als een noodzakelijke voorwaarde voor gezond gedrag: het Information-Motivation-Behavioral Skills model (Fisher, Williams, Fisher, & Malloy, 1999). In dit model wordt er vanuit gegaan dat informatie samen met iemands motivatie (bestaande uit attitudes, sociale normen en risicoperceptie) en vaardigheden bepalen in hoeverre iemand gezond gedrag vertoont. Het ASE-model vormde de basis voor de opzet van de vragenlijsten en is gebruikt bij de analyse van de interviews en de observaties.

Model van seksuele interactie competentie

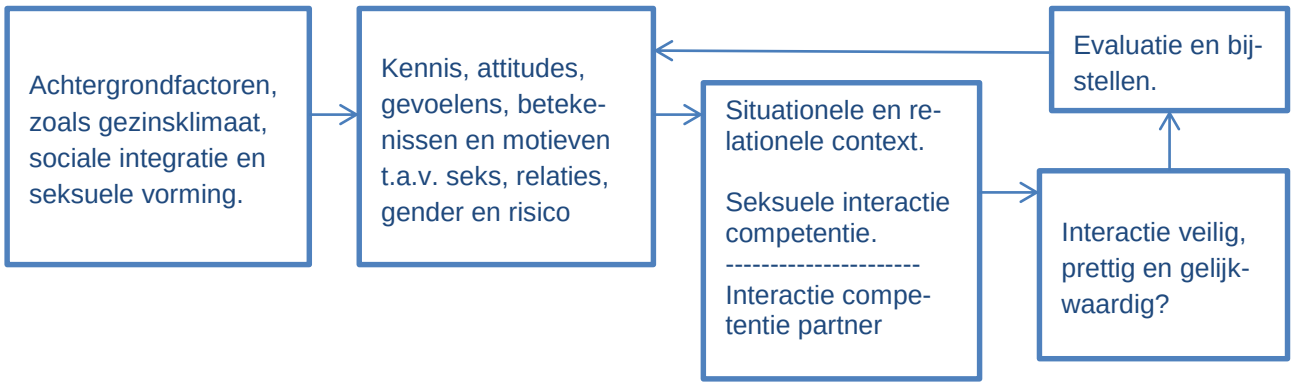
In het projectplan van de WE CAN Young campagne staat dat seksuele weerbaarheid gaat over controle en regie over je eigen seksualiteit. Het veranderingsmodel (‘model of change’) en het ASE-model geven inzicht in welke individuele karakteristieken van invloed zijn op seksuele weerbaarheid. Echter, seksuele weerbaarheid bestaat in relatie met andere sociale actoren. Een model dat zicht kan bieden op de invloed van interactie met anderen op seksuele weerbaarheid betreft het seksuele interactiecompetentie model van Vanwesenbeeck *et al.* Dit model overstijgt het niveau van het individu en incorporeert sociale-seksuele ontwikkeling en contextuele en interactie factoren (Vanwesenbeeck *et al*., 1999). Binnen dit model vormt seksuele interactie competentie (SIC) een sleutelbegrip. SIC wordt gezien als:

‘een complex geheel aan (sociale) vaardigheden, gevoeligheden en strategieën die nodig zijn om een seksueel contact prettig, veilig en gelijkwaardig te maken. De mate van SIC bepaalt of in een bepaalde seksuele context de cognities, emoties en vaardigheden worden geactiveerd die nodig zijn voor gunstige uitkomsten van de seksuele interactie’ (Vanwesenbeeck *et al.* in: De Graaf, Van Dijk en Wijsen, 2010).

Het draait om de vaardigheid om gelijktijdig persoonlijke doelen te behalen in sociale (seksuele) interactie en om een positieve relatie met anderen te behouden. Het resultaat is dat de doelen van beide partners gelijk vertegenwoordigd zijn (Vanwesenbeeck *et al.,* 1999). Wanneer het samenspel tussen de interactie competenties van partners niet zorgt voor een resultaat dat bij iemands persoonlijke doelen aansluit dan kunnen schema’s, motieven en strategieën worden aangepast. Deze aanpassingen kunnen in toekomstige situaties tot nieuwe keuzes leiden (De Graaf, Van Dijk en Wijsen, 2010). Niet alle kenmerken van seksuele interactiecompetentie spelen een even grote rol bij verschillende interacties. Bij seksuele en relationele weerbaarheid is het onder andere belangrijk dat iemand in staat is om zijn wensen en grenzen aan te geven en de grenzen en wensen van een ander te kunnen respecteren.
De manier waarop SIC uitwerkt in seksuele interactie hangt af seksuele scripts, betekenissen, gevoelens, motieven en kennis, attitudes ten aanzien van seks, relaties, gender, risico en preventie. De Graaf *et al.* wijzen erop dat het uitmaakt wat iemands motieven zijn om seks te hebben, wat seks voor hem en haar betekent en hoe hij of zij denkt over mannen en vrouwenrollen en seksuele risico’s (De

Graaf, 2013). Binnen dit onderzoek zullen deze factoren waar mogelijk worden meegenomen (zie figuur 1.4).

Figuur 1.4 Model van seksuele interactie competentie (Vanwesenbeeck et al., 1999)



Van theorie naar onderzoek van de campagne

Veranderingen in het feitelijk gedrag van jongeren op het gebied van seksuele en relationele weerbaarheid zijn lastig te onderzoeken. De uitgangspunten van de WE CAN Young campagne, het ASE- en SIC-model bieden aanknopingspunten om effecten en de werkzame mechanismes van de campagne te onderzoeken. In het onderzoek is in de eerste plaats gekeken naar (beoogde) effecten op de attitude, sociale invloed, eigen effectiviteit, competenties, bewustzijn/kennis ten aanzien van seksuele weerbaarheid (grenzen, wensen en grensoverschrijdend gedrag) genderongelijkheid en gendergeweld. Deze zijn in het kwantitatieve onderzoek geoperationaliseerd in enquêtevragen en kwalitatief onderzocht door middel van semigestructureerde interviewvragen aan changemakers en jongeren over ervaren effecten (dat wil zeggen wat zij zelf ervaren aan effecten) (zie voor de vragenlijsten de bijlagen in de deelrapportages). Tijdens de analyse zijn de data tegen het licht gehouden van de theorie om deze te duiden (zie deelrapportages 2 en 3 voor een uitgebreide toelichting). Werkzame mechanismen zijn onderzocht door observaties van campagneactiviteiten en door projectleiders, changemakers en jongeren te vragen naar ervaren succesfactoren en de wijze waarop effecten volgens henzelf tot stand komen.
In de analyse is gekeken naar veronderstelde werkzame mechanismes zoals deze naar voren komen uit de uitgangspunten van de WE CAN Young campagne in het projectplan.

2. Methodologie

Om de onderzoeksvragen te beantwoorden zijn op verschillende manieren data verzameld. Informatie over het aantal deelnemers en type activiteiten is verzameld met een periodieke monitor onder lokale projectleiders. Het online bereik en online activiteiten zijn in kaart gebracht door data te verzamelen via de WE CAN Young website en social media. Data over de effecten en door henzelf ervaren effecten zijn verzameld door middel van vragenlijsten en data over ervaren effecten en werkzame mechanismen door middel van interviews onder changemakers en jongeren en observaties van WE CAN Young activiteiten.
In verband met tegenvallende respons op de vragenlijsten en interviews hebben we in overleg met de opdrachtgever extra data verzameld. Dit waren de observaties van activiteiten en analyse van notulen van werkateliers en rapportages van landelijke en lokale projectleiders of gemeenten om informatie te achterhalen over bereik, activiteiten en werkzame mechanismen.

Monitor onder lokale projectleiders
Met een periodieke monitor is per gemeente informatie opgevraagd over het aantal changemakers dat een training of instructie van de lokale projectleiders heeft gevolgd bij de start van activiteiten en het type activiteiten die de changemakers hebben uitgevoerd.
De opzet van de monitor was dat per gemeente de lokale projectleiders per twee maanden gegevens zouden aanleveren. De beoogde frequentie bleek in de praktijk te hoog en hebben we vervolgens verlaagd. Van de 15 gemeenten die een WE CAN Young campagne voerden hebben er 13 gegevens via de monitor aangeleverd. De gegevens zijn echter nog minder vaak dan de verlaagde frequentie opgestuurd en niet alle gemeenten hebben tot het einde van de campagne gegevens aangeleverd. Dit ondanks herhaalde herinneringen en verzoeken per mail en per telefoon. Dat betekent dat de monitor gegevens van de gemeenten waarschijnlijk onderschattingen zijn.

Vragenlijsten
Door middel van het afnemen van vragenlijsten onder deelnemende changemakers en jongeren is onderzoek gedaan naar effecten en uitgevoerde activiteiten. Dit deelonderzoek bestond uit een 0-meting en twee vervolgmetingen respectievelijk 3 en 6 maanden na de 0-meting. De 0-meting van de changemakers vond plaats voorafgaand of bij de start van een instructie als changemaker. De 0-meting bij jongeren vond plaats bij aanvang van een activiteit van de changemakers.

Vragen en constructen
De vragenlijsten bestonden uit circa 40 vragen en bevatten de volgende onderdelen:

- Achtergrond kenmerken respondenten
- Uitgevoerde activiteiten of ervaring daarmee
- Items over ervaring, attitude en bewustzijn ten aanzien van seksueel grensoverschrijdend gedrag (SGG) en genderongelijkheid.
- Vragen over ervaren effecten (in 1-meting en 2-meting)

Met de vragenlijst is specifiek gekeken naar effecten van WE CAN Young op de seksuele weerbaarheid van jongeren en changemakers. Daartoe zijn tien constructen ontwikkeld. Aan de basis hiervan

stond het ASE-model, aangevuld met het model van seksuele interactie competentie van Vanwesenbeeck et al.(1999) en bestaande vragenlijsten over het thema van TNO/Movisie en Maastricht University/Rutgers WPF[9].

De constructen:

- persoonlijke ervaring met ongewenst seksueel gedrag (onderscheid pleger, slachtoffer)
- attitude ten opzichte van seksueel grensoverschrijdend gedrag (SGG):onderscheid zelf pleger, zelf slachtoffer)
- attitude ten opzichte van SGG (typering pleger, slachtoffer)
- attitude ten opzichte van gender (verschillen)
- ervaren sociale norm SGG (onderscheid zelf pleger, zelf slachtoffer)
- attitude 'stoppen mag altijd'
- eigen effectiviteit SGG (ten aanzien van intentie onderscheid grenzen respecteren en bewaken)
- eigen effectiviteit wensen, grenzen
- bewustzijn over eigen wensen en grenzen
- bewustzijn over eigen wensen en grenzen in een relatie

Dataverzameling en respons
De respondenten zijn geworven met hulp van lokale projectleiders die de vragenlijst van de 0-meting onder zoveel mogelijk changemakers en jongeren hebben verspreid (niet aselect). De vervolgvragenlijsten werden automatisch per e-mail verstuurd. De respons van de changemakers was bij 0-meting: N=508, bij de 1-meting: N=118 en bij de 2-meting: N=72. De respons bij de jongeren was respectievelijk N=343, N=49 en N=30. Ondanks verschillende inspanningen via de lokale projectleiders om op de vragenlijsten te attenderen, het op verzoek verstrekken van papieren vragenlijsten en het herhaaldelijk uitnodigen van respondenten voor de vervolgmetingen via e-mail en sms, viel de respons van de 1-meting en 2-meting tegen. Bij analyse van de respons bleek dat de respondenten beperkt gereageerd hebben op de toegestuurde vragenlijsten; het ging niet zozeer om uitval tijdens het invullen.
Door een technische bug in het surveyprogramma is een deel van de vragen van de changemakers 1-meting en 2-meting helaas niet ingevuld. Het gaat hierbij om respectievelijk 68 en 42 respondenten die hierdoor de vragen over de constructen niet hebben kunnen invullen.

Analyse
Om uitspraken te doen over effecten is gekeken naar veranderingen op de schalen op verschillende meetmomenten. Bij de schalen zijn eerst factor- en betrouwbaarheidsanalyses uitgevoerd. De respons was te laag om significantietoetsen te doen. Daarnaast is gekeken naar de antwoorden op de vragen over ervaren effecten.

Een uitgebreide methodologische verantwoording van is te vinden in deelrapportage 3 over het vragenlijstonderzoek.

Interviews changemakers en jongeren
Door middel van telefonische interviews is onder 17 changemakers en 12 jongeren onderzoek gedaan naar de door hen ervaren effecten en werkzame mechanismes van WE CAN Young. Aan de hand van

[9] TNO/Movisie (2013). Kikid lesprogramma Benzies en Batchies. Leiden/Utrecht: TNO/Movisie.
Pletzers, J., Massar, K., Cense, M. (2013) Can you fix it (vragenlijst). Maastricht Utrecht: Maastricht University/Rutgers WPF (ter beschikking gesteld)
WPF/ Rutgers WPF & SOA Aids Nederland (2012). Maak seks lekker duidelijk: Rutgers WPF/SOA Aids Nederland: Utrecht/Amsterdam.

een semi-gestructureerde vragenlijst is changemakers en jongeren gevraagd wat volgens henzelf de effecten en werkzame mechanismen en succesfactoren zijn.
De interviews zijn opgenomen, getranscribeerd en geanalyseerd met behulp van data-analyseprogramma MAXQDA.
In de analyse is in de eerste plaats gekeken naar beoogde effecten die voortvloeien uit de aanpak en doelstellingen van WE CAN Young. Het gaat hierbij om de door hen ervaren effecten op het gebied van kennis, attitudes en eigen effectiviteit ten aanzien van de WCY thema's: seksuele weerbaarheid, genderongelijkheid en gendergeweld. Op de tweede plaats is gekeken naar onverwachte of onvoorziene effecten die genoemd worden door changemakers en jongeren. Ten slotte is gekeken naar uitspraken van jongeren over hoe de effecten bij hen tot stand zijn gekomen en ervaren succesfactoren. Meer gedetailleerde informatie is te vinden in deelrapportage 2 over de interviews en observaties.

Observaties
Er zijn 10 verschillende WE CAN Young activiteiten geobserveerd, variërend van een grootschalig debat voor jongeren tot een kleinschalige voorlichtingsbijeenkomst voor changemakers. Hierbij is gebruik gemaakt van een observatiematrix. Tijdens de observaties is gekeken naar algemene aspecten, zoals de samenstelling van de groep deelnemers, locatie en de kenmerken van de changemakers of jongeren. Daarnaast is gekeken naar de vorm van de activiteiten, waaronder de werkvorm en opbouw, interactie en het taalgebruik. Ook is er inhoudelijk naar de observaties gekeken, waarbij onder andere gelet is op de sfeer, de veiligheid, de inbreng van de jongeren en veranderingen in meningen en gedrag. Ten slotte is gekeken naar de rol van de begeleiders. De observaties worden gebruikt om de gegevens uit de interviews over werkzame mechanismes van WCY aan te vullen. Meer gedetailleerde informatie is te vinden in deelrapportage 2 over de interviews en observaties.

Online data
Om de activiteiten op social media die de lokale projecten gerealiseerd hebben in kaart te brengen, hebben wij gebruik gemaakt van verschillende bronnen. Dat zijn de gegevens die direct via deze media zelf beschikbaar zijn (zoals het aantal vrienden of volgers bij Facebook pagina's) of het aantal views bij Youtube. Daarbij is ook gebruik gemaakt van wat er op de landelijke WCY website staat over de lokale projecten en is gebruik gemaakt van de rapportages van gemeenten ten behoeve van het ministerie van OCW.

Informatie uit werkateliers en rapportages projectleiders
Het landelijke campagneteam bij Movisie heeft de lokale projectleiders ondersteund met werkateliers en individuele, bilaterale overleggen. Van deze werkzaamheden zijn verslagen en werkaantekeningen. Dit materiaal hebben wij geanalyseerd op leerpunten zoals die door de lokale of landelijke projectleiders zijn vermeld.

3. Het bereik van WE CAN Young

In dit hoofdstuk bespreken we het bereik van de WE CAN Young campagne. Hieronder verstaan we het aantal changemakers dat actief geworden is en het aantal jongeren dat fysiek en online bereikt is met een WCY activiteit. Om een zo compleet mogelijk beeld te krijgen van het bereik zijn uiteenlopende bronnen geraadpleegd: de landelijke website van de campagne, de monitor, rapportages van gemeenten en social media. Die verschillende bronnen, leveren verschillende indicatieve cijfers op over het bereik. Het totaal aantal changemakers varieert van 860 tot 2914 en het aantal jongeren van 11.297 tot 11.857. Een conservatieve schatting van het potentiële bereik via social media komt uit op 85.000 personen. De streefcijfers zijn hiermee ruimschoots behaald.

Aantal deelnemende changemakers en bereikte jongeren
In tabel 3.1 zijn de cijfers over het bereik afkomstig van de website, monitor en rapporten van gemeenten, naast elkaar gezet. Uit de monitor van Movisie blijkt dat er 15 gemeenten meedoen waarvan er 13 via de monitor gerapporteerd hebben. Daaruit blijkt dat er 1.829 changemakers een instructie of training hebben bijgewoond. Dit zijn minimale aantallen omdat niet alle gemeenten over de gehele periode hebben gerapporteerd. Uit 11 afzonderlijke rapportages van gemeenten aan het ministerie van OCW komen cijfers van 860 – 1.163 of meer changemakers. Op de landelijke website www.wecanyoung.nl zijn 2.914 personen als changemakers aangemeld. Dit aantal is hoger dan de cijfers uit de monitor omdat informatie uit alle gemeenten daarin samenkomt. En omdat door changemakers bereikte jongeren zich op een later tijdstip als changemaker hebben kunnen aanmelden.

Uit de acht hierover beschikbare rapportages blijkt dat een aantal van ruim 11.000 jongeren fysiek bereikt is. Dit aantal zal in werkelijkheid waarschijnlijk hoger liggen aangezien de andere zeven gemeenten geengegevens hebben verstrekt en deze informatie dus ontbreekt.

Tabel 3.1 Bereik van changemakers en jongeren

15 deelnemende steden	Aantal changemakers via landelijke website WCY, volgens activiteitenverslag Movisie	Aantal changemakers volgens monitor Resultaatmeting	Aantal actieve changemakers uit rapportages gemeenten	Aantal bereikte jongeren uit rapportages gemeenten
Totaal	2.914	1.829	860 – 1.163	11.297- 11.857

Toelichting op de tabel: De rapportages laten verschillende schattingen zien.

Bereik van lokale social media
Om inzicht te krijgen in het online bereik van WE CAN Young is gekeken naar lokale activiteiten en bereik daarvan op Facebook, Twitter en Youtube. In 14 gemeenten is een WE CAN Young Facebook of webpagina beheerd, waarop verschillende berichten, foto's en filmpjes werden geplaatst. In rapportages van de gemeenten wordt melding gemaakt van 2.493 vrienden of volgers bij 14 gemeenten. Wij vonden bij 9 van de 14 gemeenten die we in juli 2015 konden raadplegen nog steeds 1.802 volgers. Een volger van WCY in de leeftijd van 14 tot en met 19 jaar heeft gemiddeld 47 vrienden. Er vanuit gaande dat deze volgers af en toe berichten van WE CAN Young delen of liken, betekent dit

dat er met 1.802 volgers, potentieel meer dan 85.000 personen, vooral jongeren, bereikt konden worden. In hoeverre deze jongeren ook daadwerkelijk berichten hebben gelezen of bijvoorbeeld filmpjes hebben bekeken is niet na te gaan.

Van de 15 gemeenten zijn er 13 actief op Twitter geweest met in totaal 535 volgers. Youtube is door 14 gemeenten gebruikt als kanaal om eigen video filmpjes in het kader van WE CAN Young te verspreiden. Youtube video's zijn meer dan 5.900 keer bekeken.

Verschillen in cijfers verklaard
De gepresenteerde cijfers zijn indicatief, dit blijkt onder meer uit de grote verschillen in aantallen tussen de verschillende bronnen. Voor die verschillen zijn diverse verklaringen mogelijk. In de eerste plaats zijn niet alle bronnen even compleet en mogelijk niet altijd zorgvuldig of correct ingevuld. Zo is de monitor door 13 van de 15 gemeenten ingevuld en niet door alle gemeenten tot het einde toe. Daarnaast waren er slechts acht rapportages beschikbaar van gemeenten met cijfers over het bereik van jongeren en 11 over het bereik changemakers. De aantallen uit deze bronnen zullen waarschijnlijk lager zijn dan de werkelijke aantallen. Ook kunnen de verschillende cijfers mede te wijten zijn aan de fluïde definities van wie changemaker of jongere is. Een jongere die peer educatie heeft gekregen en als zodanig geteld is in een rapport van de gemeente, kan zich vervolgens zelf ook hebben aangemeld als changemaker op de website. Ten slotte kan het ook zo zijn dat deelnemende changemakers zich juist niet hebben ingeschreven via de website omdat zij anoniem wilden blijven of geen meerwaarde zagen in deze inschrijving.

4. Activiteiten

Om zicht te krijgen op de activiteiten van WE CAN Young is door middel van de monitor, vragenlijst en interviews geïnventariseerd wat voor activiteiten changemakers en jongeren hebben meegemaakt en ontplooid. In dit hoofdstuk bespreken we het aantal activiteiten dat is ondernomen door changemakers, de thema's en de aard van de activiteiten en verschillende typen trajecten..

Aantal activiteiten en thema's
Uit de monitor onder projectleiders blijkt dat de 1.829 changemakers 3.139 acties hebben uitgevoerd. Deze zijn evenveel op het thema seksuele en relationele weerbaarheid gericht als op het thema gender ongelijkheid & geseksualiseerde samenleving.

Type activiteiten
In de interviews is ook gevraagd naar de activiteiten van changemakers en jongeren. De activiteiten van de geïnterviewde respondenten variëren van informatiebijeenkomsten en trainingen, tot het bijwonen van een voorstelling, het maken van posters en beeldverhalen tot het uitdelen of ontvangen van flyers. De activiteiten die de changemakers veelal in groepsverband voorbereiden en uitvoeren sluiten qua thematiek aan op de WE CAN Young onderwerpen. Verder zijn zij grotendeels gebaseerd op de ideeën en capaciteiten van de changemakers zelf en sluiten deze aan bij hun interesses en talenten. In de activiteiten lopen elementen van educatie, activatie en mobilisatie vaak door elkaar heen. In tabel 4.1 en 4.2 staat een overzicht van de verschillende activiteiten die genoemd zijn in de interviews. Om een beeld te schetsen zijn hieronder enkele van deze activiteiten kort beschreven.

Voorlichting Loverboys - Peer educatie en mobilisatie (changemakers) en educatie (jongeren)
Twee changemakers van 19 en 22 jaar geven in een schoolklas een voorlichting over Loverboys aan brugklassers.

De voorlichting vindt plaats gedurende schooltijd en wordt vormgegeven met behulp van een PowerPoint. De changemakers beginnen de voorlichting met een korte introductie. Ze vertellen welke onderwerpen aan bod zullen komen en zeggen kort wat over de spelregels: hand opsteken, naar elkaar luisteren et cetera. De changemakers peilen de kennis van de jongeren over loverboys. Daarna begint de presentatie waarin ze uitleggen wat loverboys zijn en hoe ze te werk gaan. De ene changemaker neemt het woord terwijl de ander op een whiteboard kenmerken opschrijft rondom het woord 'loverboy'.
Vervolgens wordt een filmfragment vertoond waarin een slachtoffer van een loverboy aan het woord komt. De video wordt gevolgd door stellingen over loverboys. Er ontstaat wat chaos, de jongeren roepen van alles door elkaar. Wel wordt duidelijk dat de jongeren meer grip hebben op het thema dan aan het begin: ze kunnen beter onder woorden brengen wat een loverboy is en doet.
Ten slotte word geprobeerd om jongeren te enthousiasmeren om ook changemaker te worden.

Debat – Peer activatie (changemakers) en activatie (jongeren)
Circa 140 leerlingen van verschillende middelbare scholen debatteren over genderongelijkheid en genderstereotypen in videoclips en social media. Changemakers hebben het debat voorbereid: stellingen verzonnen, de zaal aangekleed en het debat gepromoot.

Een volwassen debatleider heet de jongeren welkom en legt de regels uit. Vervolgens wordt er door jongeren gedebatteerd aan de hand van drie stellingen, die elk geïntroduceerd werden met behulp van een kort filmpje. Na het filmpje geven de jongeren middels een rood/groen bordje aan of zij het eens of oneens zijn met de stelling en wordt gevraagd dit te beargumenteren. Na afloop krijgen de CM'ers de kans om wat meer te vertellen over WCY en reikt de jury prijzen uit aan de beste debaters.

Posters ophangen en flyers uitdelen - Peer mobilisatie (changemakers)
Een groepje changemakers hangt posters van WE CAN Young op en deelt flyers uit. Dit doen ze op school en in het stadscentrum om WE CAN Young onder de aandacht te brengen.

Toneelvoorstelling seksuele weerbaarheid en stereotypering – Peer activatie en mobilisatie (changemakers), Educatie (jongeren)
De voorstelling die zich afspeelt in het uitgaansleven is gemaakt voor en door jongeren. Middelbare scholieren werkten samen met docenten een half jaar aan de voorstelling. De spelers gebruikten persoonlijk ervaringen als inspiratie voor het schrijven van teksten en het maken van scenes

Het verhaal speelt zich af in een (silent) disco. Er worden verschillende scenes gespeeld waarin jongeren worstelen met het aangeven en respecteren van grenzen en wensen. Zo wordt er een scene gespeeld waarin een meisje tegen haar wil gezoend en betast wordt en heel duidelijk haar grenzen aangeeft waardoor de jongen stopt. Daarna wordt een scene gespeeld waarin duidelijk is dat het meisje niet wil, maar niets zegt. In de voorstelling wordt zichtbaar wat het met jongeren doet, welke emoties loskomen als grenzen overtreden worden en de seksuele voorkeur van jongeren niet geaccepteerd wordt. Na afloop van de voorstelling vindt een 'nagesprek' plaats waarin stellingen worden voorgelegd aan de jongeren en er ruimte is voor discussie.

Tabel 4.1 Overzicht activiteiten changemakers interviews

	(Peer) Educatie	Peer Activatie	Peer Mobilisatie
CM'ers	**Educatie door volwassenen** informatieoverdracht WCY d.m.v training/voorlichting	Acties bedenken en voorbereiden voor andere jongeren. Voorstelling, poster film maken, stellingen debat voorbereiden	Acties uitvoeren voor andere jongeren; voorstelling opvoeren, poster ophangen, film online verspreiden, debat voeren.
	Educatie door zelf aan de slag te gaan met WCY onderwerpen. Bijv. maken van een beeldverhaal of poster, discussie met andere cm'ers		WCY thema's onder de aandacht brengen d.m.v. bijvoorbeeld poster, flesjes water uitdelen
	Peer educatie. Informatieoverdracht van changemakers aan jongeren. Voorlichting in de klas, voorlichting op straat.		Werven van andere jongeren om changemaker te worden

Tabel 4.2 Overzicht activiteiten jongeren interviews

	Educatie	Activatie	Mobilisatie
Jongeren	**Educatie door volwassenen** informatieoverdracht WCY d.m.v training/voorlichting/voorstelling	Deelnemen aan activiteiten, zelf aan de slag. Bekijken website, invullen vragenlijst, maken beeldverhaal/filmpje	WCY onder de aandacht brengen
	Peer educatie door cm'er Voorlichting, voorlichting in de klas, voorlichting op straat, voorstelling bekijken, flyer krijgen		
	Educatie door zelf iets te doen Bekijken website, invullen vragenlijst, discussie, maken beeldverhaal/filmpje		

Traject van educatie, activatie en mobilisatie bij changemakers

Een WCY traject begint voor de meeste geïnterviewde changemakers met een training of instructiebijeenkomst door een volwassen begeleider. De changemakers worden hierin inhoudelijk wegwijs gemaakt in de WCY thema's en ondersteund in het uitvoeren van activiteiten voor andere jongeren. Opvallend is dat in de opzet van de campagne slechts wordt gesproken van *peer* educatie, terwijl educatie door volwassenen juist een belangrijke basis vormt voor het WCY traject van changemakers. In de tweede plaats vindt er ook educatie plaats door zelf aan de slag te gaan met de onderwerpen, bijvoorbeeld door het maken van een beeldverhaal waardoor de onderwerpen nog meer eigen gemaakt wor-

den. Ten slotte is er de peer educatie waarbij changemakers hun kennis overdragen aan andere jongeren, bijvoorbeeld door het geven van een voorlichting of het uitvoeren van een voorstelling. Hierbij is de educatie tweeledig: ze leren er zelf van en dragen hun kennis over aan anderen. Bij de laatste twee vormen van educatie is er vaak een overlap met activatie: het voorbereiden van acties voor andere jongeren. De peer activatie van changemakers bestaat uit het bedenken en voorbereiden van acties voor andere jongeren zoals het maken van een voorstelling of het voorbereiden van een debat. Met peer mobilisatie voeren de changemakers hun acties vervolgens uit voor andere jongeren: het debat vindt plaats en de voorstelling wordt opgevoerd. Daarnaast doen enkele respondenten aan mobilisatie door middel van promotie van WCY en het werven van nieuwe changemakers (zie tabel 4.1).

Educatie, activatie en mobilisatie bij jongeren

Bij de geïnterviewde jongeren is eveneens sprake van drie vormen van educatie: educatie door volwassenen, educatie door de changemakers en educatie door zelf aan de slag te gaan. Educatie door kennis over te dragen aan anderen zoals we dat bij de changemakers zien, ontbreekt echter. Peer activatie ontbreekt bij de jongeren; geen van de geïnterviewde jongeren heeft activiteiten voorbereid voor andere jongeren. Er is wel sprake van activatie geïnitieerd door changemakers: jongeren die aan de slag gaan met activiteiten die door changemakers geïnitieerd zijn. Peer mobilisatie komt bij de jongeren nauwelijks van de grond, op een respondent na: hij heeft WCY gepromoot en daarmee bijgedragen aan mobilisatie (zie tabel 4.2).

Als we kijken naar het verschil tussen geïnterviewde changemakers en jongeren valt op dat bij changemakers de focus meer ligt op peer educatie en activatie, waarbij zij bij de uitvoering van hun activiteiten uiteindelijk andere jongeren bereiken (mobilisatie). De jongeren zijn vooral ‘ontvangers’; slechts een enkeling wordt een actieve changemaker (interviews) of een beperkt deel (14%) waarbij niet duidelijk is of zij daadwerkelijk actief zijn geworden (vragenlijsten). Op zich is dit begrijpelijk, maar de opzet van de campagne is gericht op doorwerking: jongeren worden ook changemaker.

Intensiteit van WCY traject varieert

Sommige geïnterviewde changemakers en jongeren nemen slechts deel aan één enkele activiteit, anderen aan een hele reeks activiteiten. De intensiteit van het WCY traject dat changemakers en jongeren doorlopen (het totaal aantal activiteiten en intensiteit daarvan) varieert dus. We kunnen grofweg onderscheid maken in drie typen trajecten: (1) zeer beperkte kortdurende trajecten welke vaak bestaan uit een enkele activiteit; (2) middelmatig intensieve trajecten die bestaan uit enkele activiteiten en (3) intensieve trajecten waarbij verschillende activiteiten worden bijgewoond en ondernomen en waarbij vaker het gehele proces van educatie, activatie en/of mobilisatie wordt doorlopen. Bij de jongeren is er relatief gezien vaker sprake van zeer beperkte kortdurende trajecten en minder vaak van intensieve trajecten dan bij de changemakers. Opvallend is echter dat een behoorlijk groot deel van de changemakers slechts een beperkt traject heeft doorlopen (zie tabel 4.3).

Tabel 4.3 Intensiteit traject jongeren en changemakers interviews

Intensiteit Traject	Aantal Changemakers (N=17)	Aantal Jongeren (N=12)
Beperkt	7	6
Middelmatig	2	4
Intensief	8	2

5. Effecten van WE CAN Young op changemakers en jongeren

De effecten van WE CAN Young op changemakers en jongeren zijn op twee manieren onderzocht:. kwantitatief met een vragenlijst onder changemakers en jongeren die op drie momenten is ingevuld, en kwalitatief door middel van interviews met changemakers en jongeren. In dit hoofdstuk presenteren we de resultaten van de vragenlijsten en vervolgens de resultaten van de interviews.

Effecten - Vragenlijst

Er zijn twee soorten gegevens uit de vragenlijst die iets kunnen zeggen over de effecten WE CAN Young. Dat zijn veranderingen op de schalen (samenhangende vragen) over ervaring, attitude en eigen effectiviteit ten opzichte van seksueel grensoverschrijdend gedrag, genderongelijkheid en wensen en grenzen op de verschillende meetmomenten. En de vraag of jongeren en changemakers iets geleerd hebben of dat er iets in hun gedrag veranderd is door de WE CAN Young campagne.

Ervaren effecten bij jongeren op basis van eigen inschatting
Van de jongeren vindt bijna eenderde (1-meting, N=49) dat zij iets geleerd hebben of dat er iets in hun gedrag veranderd is door de activiteiten van de changemakers. Dat neem bij de 2-meting (N=30) enigszins toe tot iets minder dan de helft.
De 12 antwoorden van jongeren op de open vraag hierover bij de 1-meting vermelden in de meeste gevallen concrete leerpunten gerelateerd aan (seksuele) weerbaarheid, eigen effectiviteit en de invloed van anderen of de digitale en maatschappelijke omgeving.
De 11 antwoorden op deze open vraag bij de 2-meting geven in de meeste gevallen positieve leerpunten aan, vergelijkbaar met de antwoorden bij de 1-meting. Een respondent schrijft op: ‘Meer rekening houden met verschillende reacties van verschillende mensen op verschillende situaties.’

Ervaren effecten bij changemakers op basis van eigen inschatting
Van de changemakers vindt tussen de 38% (1-meting, N=118) en 42% (2-meting=72) dat hun ideeën of gedrag veranderd is door mee te doen aan WE CAN Young. Op de open vraag bij de 1-meting antwoorden 38 changemakers (aantal respondenten tussen haakjes, meerdere thema’s per respondent):

- genderongelijkheid (kennis en bewustwording) (16 x)
- seksueel grensoverschrijdend gedrag (bewustwording) (3x)
- grenzen stellen (bewust en leren grenzen stellen, erkenning eigen identiteit) (2x)
- seksualiteit in media en openbaarheid (bewust) (1x)
- seksualiteit algemeen (bewust) (1x)
- algemeen (bewust, leren, denken, niet nader gespecificeerd) (17x).

Op deze vraag antwoorden bij de 2-meting 24 changemakers:

- grenzen stellen (bewust en leren grenzen stellen) (5x)
- normen (verandering) (1x)
- genderongelijkheid (kennis en bewustwording) (4x)
- stoppen mag (geleerd) (1x)
- seksueel grensoverschrijdend gedrag (bewustwording) (1x)
- algemeen (bewust, leren, denken, niet nader gespecificeerd) (12x).

Omdat de respons te laag was hebben we geen effecten kunnen relateren aan achtergrondgegevens zoals effecten per gemeenten, sekse etc..

Effecten bij jongeren op basis van schalen

De respons van de jongeren op de vragenlijsten was te laag om significantietoetsen te doen. Verder zijn de verschillen op de 0- en 1- meting en de 0- en 2-meting zeer klein. Bij enkele schalen lijkt enige verandering te zijn opgetreden. Op basis van de vragenlijsten kunnen we dus geen uitspraken doen over de effecten van de WCY campagne bij de jongeren op attitude, bewustzijn en eigen effectiviteit ten aanzien van seksuele weerbaarheid.

Tabel 5.1 Jongeren 0-meting en 1-meting, zelfde respondentengroep (N=49)

JJ 0-meting + 1-meting	0-meting		1-meting		Verschil 0-meting 1-meting
	Mean	Std. Deviation	Mean	Std. Deviation	Mean-verschil
attitude pleger	1,14	,49	1,11	,38	-0,03
sociale norm	1,37	,63	1,38	,52	0,01
bewust eigen wensen	4,11	,70	4,20	,97	0,09
ervaring slachtoffer	1,22	,40	1,28	,48	0,06
eigen effectiviteit	4,53	,48	4,34	,92	-0,19
attitude gender	2,48	,90	2,32	,90	-0,16
attitude slachtoffer	1,70	,70	1,97	,96	0,27
stoppen mag	4,55	,91	4,38	1,18	-0.17
eigen attitude	1,30	,53	1,28	,50	-0,02

Bij vergelijking van de 0-meting en 1-meting is er een uitzondering waarbij een klein verschil wordt gevonden en dat betreft de ‘attitude slachtoffer’. Een lage score betekent dat de CM het afkeurt als jongens/meisjes tegen hun zin seks hebben of meegaan in seksueel gedrag. Hier lijkt iets tegenstrijdigs aan de hand: de afkeuring is minder sterk geworden. Hier zijn verschillende interpretaties mogelijk. Het verschil kan worden veroorzaakt doordat er meer begrip is ontstaan bij changemakers over gedrag van anderen. Dit sluit aan bij uitspraken in de interviews over dit onderwerp: changemakers en jongeren hebben geleerd dat het voor sommige jongeren moeilijk is om hun grenzen aan te geven.

Tabel 5.2 Jongeren 0-meting en 2-meting, zelfde respondentengroep (N=30)

JJ 0-meting + 2-meting	0-meting		2-meting		Verschil 0-meting 2-meting
	Mean	Std. Deviation	Mean	Std. Deviation	Mean-verschil
attitude pleger	1,17	,61	1,20	,67	0,03
sociale norm	1,35	,52	1,44	,92	0,09
bewust eigen wensen	3,88	,66	4,12	,78	0,24
ervaring slachtoffer	1,20	,42	1,35	,45	0,15
eigen effectiviteit	4,46	,57	4,34	,58	-0,12
attitude gender	2,53	,71	2,53	1,015	0,00
attitude slachtoffer	1,90	,97	1,76	,91	-0,14
stoppen mag	4,48	1,07	4,53	,79	0,05
eigen attitude	1,35	,59	1,38	,71	0,03

Ook bij vergelijking van de 0-meting en 2-meting bij de jongeren zijn de gevonden verschillen minimaal, Er is een uitzondering, de schaal ‘bewust eigen wensen’. Deze schaal houdt het volgende in: een lage score betekent dat de jongere niet goed weet en/of kunt aangeven waar zijn/haar grenzen liggen op seksueel gebied. Hier lijkt een tendens in de richting van een versterking van het bewustzijn van eigen wensen. Deze uitkomst kan door de kleine N echter toeval zijn.

Effecten bij changemakers op basis van schalen

Ook de respons van de changemakers op de vragenlijsten was te laag om significantietoetsen te doen. Verder zijn de verschillen op de 0- en 1- meting en de 0- en 2-meting zeer klein. Op basis van de vragenlijsten kunnen we dus geen uitspraken doen over de effecten van de WCY campagne bij de changemakers op attitude, bewustzijn en sociale norm ten aanzien van seksuele weerbaarheid.

Tabel 5.3 Changemakers 0- meting en 1-meting, zelfde respondentengroep (N=50)

CM 0-meting + 1-meting	0-meting		1-meting		Verschil 0-meting 1-meting
	Mean	Std. Deviation	Mean	Std. Deviation	Mean-verschil
attitude pleger	1,11	,30	1,12	,35	0,01
sociale norm	1,45	,60	1,47	,71	0,02
bewustzijn eigen wensen	4,12	,77	4,23	,81	0,11
eigen attitude	1,27	,39	1,26	,55	-0,01
ervaring slachtoffer	1,36	,43	1,39	,45	0,03
attitude gender	2,30	,88	2,32	,94	0,02
stoppen mag	4,58	,88	4,51	,99	-0,07
grenzen relatie	4,09	1,00	4,17	,93	0,08
attitude slachtoffer	1,72	,71	1,65	,77	-0,07

Tabel 5.4 Changemakers 0- meting en 2-meting, zelfde respondentengroep (N=27)

CM 0-meting + 2-meting	0-meting		2-meting		Verschil 0-meting 2-meting
	Mean	Std. Deviation	Mean	Std. Deviation	Mean-verschil
attitude pleger	1,06	,19	1,17	,55	0,11
sociale norm	1,36	,57	1,41	,90	0,05
bewustzijn eigen wensen	4,22	,81	4,16	,77	-0,06
eigen attitude	1,23	,36	1,42	,97	0,19
ervaring slachtoffer	1,48	,43	1,41	,53	-0,07
attitude gender	2,45	,82	2,23	1,17	-0,22
stoppen mag	4,62	,54	4,75	,61	0,13
grenzen relatie	4,03	1,17	3,94	1,20	-0,09
attitude slachtoffer	1,61	,66	1,75	,84	0,14

Bij een vergelijking van de 0-meting en 2-meting is bij een schaal, de attitude gender, enige verandering opgetreden. Deze score is iets lager geworden. Een lagere score op deze schaal geeft aan dat de changemakers minder traditionele opvattingen ontwikkeld hebben over de rol van meisjes en jongens op het gebied van seksualiteit. Deze uitkomst kan door de kleine N toeval zijn.

Ervaren effecten - interviews

In de interviews met 17 changemakers en 12 jongeren is gevraagd wat zij zelf aan effecten hebben ervaren. Er is onder meer gevraagd of en wat ze hebben geleerd en of ze anders zijn gaan denken over bepaalde onderwerpen. In de analyse is enerzijds gekeken naar verwachte effecten die voortvloeien uit de aanpak en doelstellingen van WE CAN Young. Het gaat hierbij om effecten op het ge-

bied van kennis, attitudes en eigen effectiviteit ten aanzien van de WCY thema's: seksuele weerbaarheid, genderongelijkheid en gendergeweld. Anderzijds is gekeken naar onverwachte of onvoorziene effecten die genoemd worden door changemakers en jongeren zelf.

Nieuwe kennis
De meerderheid van de geïnterviewde changemakers en jongeren geeft aan dat ze nieuwe kennis hebben opgedaan door WCY. Zij vertellen dat ze nieuwe dingen hebben geleerd op het gebied van (een van) de WCY onderwerpen: seksuele weerbaarheid, genderongelijkheid en gendergeweld. Bijvoorbeeld dat sommige jongeren het moeilijk vinden om hun grenzen te bewaken en dat grenzen en meningen per persoon kunnen verschillen.
Een changemaker van 13 vertelt hierover: "Een vraag uit de vragenlijst was bijvoorbeeld wanneer je seks mag hebben. [..] Je denkt natuurlijk meteen dat moet ze zelf bepalen en daar is geen vast te stellen leeftijd voor. Maar als je dan nadenkt en erover praat met elkaar, kom je erachter dat er eigenlijk veel meningen over zijn."

Verandering in attitude
Ruim een derde van de changemakers en de helft van de jongeren neemt veranderingen waar in hun bewustzijn, houding of mening over de WCY onderwerpen. Zij zijn zich bijvoorbeeld gaan beseffen hoe belangrijk het is om je eigen grenzen goed te bewaken of die van anderen te respecteren. Of hebben hun mening veranderd over homoseksualiteit zoals een jongere van 15 jaar: "Voordat ik daar heen ging, had ik ook altijd een beetje een raar beeld over homoseksualiteit enzo. [..] Ja, ik vond het gewoon niet normaal ofzo. Ja ik kende het niet zeg maar. [..] ik ben er toen achter gekomen dat je iemand moet accepteren hoe iemand is."

Veranderingen in sociale invloed
Iets minder dan de helft van de jongeren en circa een derde van de changemakers geeft aan dat er veranderingen hebben plaatsgevonden in de sociale invloed, wat wil zeggen dat ze de WCY onderwerpen met andere mensen zijn gaan bespreken. Ze zijn bijvoorbeeld met hun ouders of klasgenoten over seksualiteit gaan spreken terwijl ze dit voorheen nooit deden. Een jongere van 15 jaar vertelt: "Eerder besprak ik het alleen met mijn moeder of mijn directe omgeving. En nu praten we er ook over op school, onderling, met docenten." Zo komt hij te weten wat ervaringen zijn van andere jongeren en hoe zij hierover denken.

Veranderingen in competenties, eigen effectiviteit en gedrag
Enkele respondenten geven aan dat ze nieuwe competenties hebben opgedaan en dat ze verwachten zich anders te gedragen door WCY. Bijvoorbeeld dat ze denken dat ze beter hun grenzen zullen bewaken in seksuele interacties. Een enkeling geeft aan dat er sprake is van gedragsverandering dankzij WCY. Dit meisje van 17 vertelt: "Wat ik eigenlijk voornamelijk van WCY heb geleerd is mijn grenzen aangeven. Daar had ik heel veel moeite mee. Nu nog wel een beetje maar het gaat wel steeds beter door de tips die ze me hebben gegeven."

Onvoorziene effecten
Ten slotte worden er ook onvoorziene of niet beoogde effecten genoemd; zoals opgedane sociale vaardigheden, een toename van zelfvertrouwen, en het leren kennen van nieuwe mensen en organisaties. In onderstaande tabel 5.5 zijn alle genoemde ervaren effecten van changemakers en jongeren opgenomen.

Hoewel het merendeel van de respondenten iets opgedaan heeft door WCY zijn er ook respondenten die geen of nauwelijks effecten bij zichzelf waarnemen. Zij hebben vaak slechts deelgenomen aan een enkele of zeer korte activiteit van WE CAN Young. Soms is hierin nauwelijks inhoudelijke informatie

overgedragen zoals bij het uitdelen van flyers. En soms is de informatie die hierin is overgedragen nauwelijks blijven hangen.

Een proces van kennis > bewustwording > attitudes > eigen effectiviteit
In tabel 5.5 staan alle effecten samengevat die werden genoemd in de interviews. Hierbij valt op dat er veel overlap is tussen het type kennis dat wordt opgedaan en de onderwerpen waarop men veranderingen in attitude noemt. Bij enkelen geldt dit ook voor verwachte gedragsverandering (eigen effectiviteit). In de interviews beschrijven sommige respondenten een duidelijk leer- en bewustwordingsproces dat deze overlap verklaart. Zij beschrijven bijvoorbeeld hoe ze door WCY in aanraking komen met nieuwe kennis over een bepaald onderwerp, in aanraking komen met andere zienswijzen rondom dat thema, hiervan leren en vervolgens hun mening bijstellen of het belang van iets gaan inzien. Een enkeling beschrijft dat dit proces ook daadwerkelijk een verandering in gedrag teweeg heeft gebracht. Dit lijkt op het werkzame proces van kennis > bewustwording > seksuele weerbaarheid zoals dat door de ontwikkelaars van WCY beschreven wordt.

Tabel 5.5 Type effecten bij changemakers en jongeren

Ervaren effecten changemakers (N=17)	Ervaren effecten jongeren (N=12)
<u>Kennis</u> (N=11) **Seksuele weerbaarheid** - Grenzen van anderen - Eigen grenzen aangeven - Niveaus/gradaties van seksueel grensoverschrijdend gedrag - Ernst en consequenties seksueel grensoverschrijdend gedrag **Genderongelijkheid** - Uitingsvormen - Seksualisering media - Stereotype beelden - Ongelijkheid arbeidsmarkt - Homoseksualiteit **Gendergeweld** - Vormen gendergeweld - Huiselijk geweld: ernst prevalentie en consequenties	**<u>Kennis</u> (N= 8)** **Seksuele weerbaarheid** - Grenzen van anderen respecteren - Eigen grenzen bewaken - Anderen kunnen moeite hebben met aangeven grenzen **Genderongelijkheid** - Begrip genderongelijkheid en stereotypering - Gevolgen stereotype beelden - Homoseksualiteit **Gendergeweld** - Voorkomen gendergeweld
<u>Mening/houding</u> (N= 11) **Seksuele weerbaarheid** - Bewuster van eigen grenzen en die van anderen - Besef grenzen niet altijd makkelijk om aan te geven - Besef voorkomen en impact van seksueel grensoverschrijdend gedrag - Besef grenzen en wensen verschillen **Genderongelijkheid** - Belang hechten aan gelijkwaardigheid - Herkennen/opmerken genderongelijkheid - Kritisch t.a.v genderongelijkheid - Belang hechten aan gelijke behandeling homo's **Gendergeweld** - Ernst en serieus nemen - Bewust van voorkomen geweld tegen jongens	**<u>Mening/houding</u> (N = 6)** **Seksuele weerbaarheid** - Belang inzien van eigen grenzen bewaken en die van anderen respecteren - Besef grenzen niet altijd makkelijk om aan te geven **Genderongelijkheid** - Acceptatie homoseksualiteit
Sociale invloed (N = 5) - Met anderen bespreken	**Sociale invloed (N = 5)** - Met anderen bespreken - Verandering zien bij anderen
Competenties (N = 3) - Beter over genderongelijkheid praten - Beter reageren op seksueel grensoverschrijdend gedrag	**Competenties (N = 1)** - Beter grenzen aangeven
Eigen effectiviteit (N =3) - Beter omgaan met seksueel grensoverschrijdend gedrag - Groter bewustzijn t.a.v. eigen grenzen en die van anderen - Verwachting beter grenzen aangeven	**Eigen effectiviteit (N = 3)** - Beter grenzen aangeven - Verwachting beter grenzen aangeven - Acceptatie homoseksualiteit
Onverwachte effecten - Sociale vaardigheden - Groepsgevoel - Informatie overbrengen/presenteren - Netwerk uitgebreid	**Onverwachte effecten** - Zelfvertrouwen - Nadenken en reflecteren eigen situatie - Anderen adviseren

6. Werkzame mechanismes

Om zicht te krijgen op de werkzame mechanismes van WCY is in de interviews aan changemakers en jongeren gevraagd wat zij zelf hebben ervaren als succes- en faalfactoren van WCY en waardoor de door hen ervaren effecten zijn ontstaan. Ook is een overzicht gemaakt van alle respondenten met kenmerken van hun WCY trajecten, afgezet tegen de effecten die zij benoemen. Daarnaast is er een overzicht gemaakt van werkzame mechanismes gebaseerd op de observaties van activiteiten en die door projectleiders zijn genoemd tijdens werkateliers. Dit levert een grote variëteit aan werkzame mechanismes en succesfactoren op. In deze paragraaf geven we een overzicht van de belangrijkste werkzame mechanismes. Over het algemeen gelden deze zowel voor changemakers als voor jongeren. In het geval van verschillen, wordt dit erbij vermeld.

Intensiteit en variatie
Intensieve WCY trajecten die bestaan uit meerdere activiteiten lijken meer op te leveren dan trajecten die bestaan uit slechts een enkele minimale activiteit. Jongeren die gedurende langere tijd en op verschillende manieren bezig zijn met de WCY onderwerpen doen meer op dan jongeren die slechts vluchtig kennismaken met WCY. Het doorlopen van het proces educatie, activatie en mobilisatie lijkt een meerwaarde te hebben omdat jongeren hierin op verschillende manieren met de inhoud aan de slag gaan waardoor informatie verrijkt wordt en beter blijft hangen. Een meisje van 17 legt uit waarom zij door WCY anders is gaan denken over bepaalde onderwerpen: “Omdat ik er elke week mee bezig ben. En ik wil het zelf ook heel goed overbrengen op andere jongeren.” .

Inhoud: prikkelend, gericht en samenhangend
Een goede inhoudelijke basis van een WCY traject vormt een voorwaarde voor succesvolle kennisoverdracht binnen WCY. Deze basis wordt voor changemakers vaak gelegd in een training (educatie) door een volwassene waarin kennis wordt overgedragen over de WCY thema’s zoals grensoverschrijdend gedrag en genderongelijkheid. De kennis die changemakers hierin opdoen, helpt hen om activiteiten voor andere jongeren te ontwikkelen en hun kennis over te dragen.

Aansluiten bij kennisbehoefte
Het is van belang dat de kennis goed aansluit bij de kennisbehoefte van jongeren. Soms leren jongeren dingen die ze al wisten, of geven ze juist aan dat ze meer van een bepaald onderwerp hadden willen leren. Een training over loverboys werd bijvoorbeeld gegeven nadat dit thema al behandeld was op school, vertelt een meisje van 13: “Ik heb niet echt nieuwe begrippen leren kennen of zo, loverboys dat kende ik gewoon al. Daar hebben we het op school ook weleens over gehad. Ik had eigenlijk best wel meer willen leren.” Projectleiders geven het advies om vooraf te inventariseren wat het kennisniveau is van jongeren. Zij voegen daaraan toe dat het goed kan werken om qua thematiek aan te sluiten op de stof die wordt behandeld op school of voorvallen op school zoals ervaringen met sexting. Ook geven zij de tip om bij docenten te informeren naar actuele thema’s en het kennisniveau van de jongeren om hierbij aan te kunnen sluiten.

Prikkelen
Verder blijven prikkelende informatie en onderwerpen die goed aansluiten bij de leefwereld of actualiteiten goed hangen bij de jongeren. Verschillende geïnterviewde jongeren noemen als voorbeeld hiervan het bespreken van videoclips of reclame-uitingen. Deze beelden werden gebruikt om seksualisering en de positie van vrouwen hierin te bespreken. Zo worden beelden die ze al kenden opeens met een andere blik – waarin vrouwen fungeren als lustobject – bekeken. Ten slotte geven projectleiders ook aan dat de thematiek van WCY soms lastig is: sommige onderwerpen liggen gevoelig of zijn taboe onder sommige jongeren. Dit kan het bespreken van sommige onderwerpen of het overdragen

van kennis compliceren. Dat vraagt van de begeleiding om een goede inschatting te maken van wat iedere changemaker aan kan en wat de beste manier is om de kennis over te dragen.

Rode draad en beperkt aantal thema's
Projectleiders wijzen erop dat het belangrijk is om niet teveel verschillende thema's in één keer te behandelen; de informatie wordt dan minder goed opgenomen. Ook wordt genoemd dat het waardevol is om te zorgen voor een inhoudelijke rode draad in de verschillende activiteiten zodat de activiteiten op elkaar aansluiten en elkaar versterken.

Geschikte werkvormen
Projectleiders geven aan dat de vorm van een activiteit een groot deel van het succes bepaalt. Aansluiten bij de talenten en ideeën van de changemakers en rekening houden met de diversiteit zijn hierin volgens hen van belang. Ook vinden ze afwisseling van werkvormen en ruimte voor ontspanning belangrijk.

Activeren werkt
Uit de interviews met changemakers en jongeren blijkt dat de kennis die wordt overgedragen met WCY activiteiten, beter lijkt te beklijven wanneer jongeren actief aan de slag gaan met de WCY onderwerpen en deze zelf verrijken. Zoals bij een spel of een interactieve voorstelling. Het zelf uitbeelden of naspelen van een situatie helpt om je in te leven en kennis te internaliseren beschrijft een meisje van 17 jaar: "Bijvoorbeeld van een beeldverhaal leer je wat je kan doen in dat soort situaties.[..] omdat je moet uitbeelden hoe je je voelt. Wat je doet moet ook goed uitgebeeld worden, wat er gebeurt en doordat je dat dan meemaakt, dan ga je dingen onthouden.".
Actieve werkvormen worden ook simpelweg leuker gevonden, waardoor jongeren er makkelijker bij blijven met hun aandacht. Alleen theorie vinden ze saai en lijkt te veel op school. Nog niet alle projecten slagen hierin. Een jongen van 19 vertelt: "En wat ik zou veranderen is wat meer spel. Want het was nu vooral veel theorie ook. [..] want je praat wel met jongeren van 19, 18 die al hele dagen op school zitten. Die hebben dan ook niet echt zin om dan ook nog eens een keer extra lang te zitten en alleen maar te luisteren, maar meer het doen." .

Visualiseren
Uit de interviews blijkt ook dat werkvormen waarbij de WCY thema's gevisualiseerd worden en tot leven komen, zoals het gebruik van beeldmateriaal, powerpoint, video's, voorstellingen en waargebeurde verhalen, gewaardeerd worden door jongeren. Zij vergroten het begrip van de onderwerpen die besproken worden. Projectleiders onderschrijven dit. Ook zorgt het ervoor dat jongeren zich beter kunnen voorstellen wat het in de praktijk betekent. Het gebruik van beelden kan soms ook de plank misslaan of heftige reacties oproepen bij jongeren. Tijdens een debat werd ter introductie van een stelling over homo's, een videofragment getoond uit de soap GTST waarin twee jongens zoenden. Veel jongeren reageerden hierop afkeurend. Zo werd onbedoeld een negatieve toon gezet voor het debat wat niet bijdroeg aan de beoogde inhoudelijke discussie, namelijk acceptatie van homoseksualiteit .

Ervaringsdeskundigen of expert
Zowel projectleiders als jongeren waarderen de inzet van een ervaringsdeskundigen of expert. Door hun inhoudelijke deskundigheid worden ze erg serieus genomen en de jongeren blijven geboeid met hun verhalen die vaak uit het eigen leven gegrepen zijn.

Discussie en gesprek
Discussies of gesprekken met andere jongeren waarin verschillende ervaringen en meningen worden uitgewisseld, worden in de interviews ook als zeer leerzaam bestempeld. Jongeren leren dat er leeftijdsgenoten zijn met dezelfde soort issues en ideeën maar ze zien ook dat er verschillende meningen bestaan en dat grenzen en wensen per persoon kunnen verschillen.

De kennisoverdracht kan ook beperkt worden door de uitvoering van een werkvorm. Een kanttekening bij de discussie als werkvorm is dat er eenzijdige discussies kunnen ontstaan of meningen worden verkondigd die niet stroken met de ideeën van WCY. Zo vertelt een jongen hoe geschokt hij was toen bleek hoeveel jongens op zijn school 'anti-homo' waren. Uitkomen voor je seksuele voorkeur wordt na zo'n ervaring misschien wel moeilijker in plaats van makkelijker.
En tijdens de observaties bleek een aantal keer dat er bij grootschalige debatten soms sprake is van minder kennisoverdracht door de wijze waarop het debat is vormgegeven. Zo lag bij een debat de focus erg op het oefenen in debatteren en minder op de inhoud. Bij deze debatten was sprake van een zeer grootschalige opzet en een onveilige sfeer. De debatten vonden plaats in een grote ruimte met veel publiek, er was een jury die jongeren beoordeelde op hun debatvaardigheden en jongeren moesten gaan staan om in de microfoon te spreken. Hierdoor durfden lang niet alle jongeren te spreken of het achterste van hun tong te laten zien en werden er minder ideeën uitgewisseld.

Social media
Projectleiders geven aan dat gebruik van social media de makkelijkste manier is om in één keer veel mensen te bereiken. Door hierin te investeren en te zorgen voor materiaal dat jongeren kunnen delen, liken of retweeten wordt de bekendheid van WCY enorm vergroot. Bij evenementen werkt het goed om een 'evenement' pagina aan te maken op Facebook waarop mensen kunnen aangeven of zij aanwezig zullen zijn. Dit prikkelt mogelijk anderen om ook te komen. Er zijn ook goede ervaringen met het betrekken van lokale kranten of tv: en het zorgt voor enthousiasme bij deelnemende jongeren en brengt WCY onder de aandacht bij een breder publiek.

De juiste begeleiding
De projectleiders of begeleiders van WCY spelen een cruciale rol in het verloop van een WCY traject voor een jongere. Ze werven changemakers en jongeren, initiëren activiteiten en kiezen werkvormen, dragen hun eigen kennis over of huren hiervoor anderen in en stimuleren jongeren om in actie te komen. Daarmee zijn ze van grote invloed op bovengenoemde werkzame factoren. Een paar elementen van de begeleiding komen in de interviews en observaties naar voren als belangrijke succesfactoren.

Sturing en vrijheid
Zowel in de interviews met changemakers en jongeren als in de werkateliers met projectleiders wordt genoemd dat een juiste balans in vrijheid en sturing van belang is. Jongeren waarderen het enerzijds als ze veel vrijheid krijgen om hun eigen 'ding' te doen, zelf activiteiten te bedenken en onderwerpen te kiezen die hen aanspreken. Hier lijken ze ook veel van te leren. Anderzijds is het van groot belang dat de jongeren informatie en werkvormen krijgen aangereikt, dat ze gestimuleerd worden om mee te doen en dat de begeleider richting geeft volgens de principes van WCY. Projectleiders geven aan dat een goede manier voor deze sturing is om samen met jongeren duidelijke doelen en deadlines te formuleren zodat iedereen weet waar naar toe wordt gewerkt.

Inhoudelijke kennis beheersen en overdragen
Uit de observaties blijkt dat de inhoudelijke kennis van de projectleider van de WCY onderwerpen (of andere begeleiders van de jongeren) van belang is voor de kwaliteit van kennisoverdracht binnen WCY. Projectleiders die goed grip hebben op de WCY thema's weten de kennis beter over te dragen en kunnen beter inspelen op vragen van jongeren.

Behalve goede inhoudelijke kennis, is het ook van belang dat de begeleiders de informatie goed kunnen afstemmen op de jongeren en hun belevingswereld. Zo is het taalgebruik en de manier waarop ze de informatie brengen van invloed op de aandacht en interesse die jongeren hebben voor de WCY activiteit en haar inhoud.

Peer educatie
Vier jongeren die een actie meemaakten van een changemaker benadrukken de toegevoegde waarde van peer educatie. Leeftijdsgenoten zijn volgens hen beter in staat om af te stemmen op de jongeren en de informatie goed over te brengen. Zo vertelt een meisje van 15: “Ik denk dat het veel beter werkt om jongeren de boodschap te laten vertellen, dan wanneer je dat door ouderen zou laten doen. Ik luister in ieder geval beter en liever naar iemand van mijn eigen leeftijd dan naar iemand die even oud is als mijn vader.” Tegelijkertijd blijkt dat een goede voorlichting geven heel wat van de changemakers vraagt: orde houden, complexe begrippen uitleggen, afstemmen op verschillende kennisniveaus en de aandacht vasthouden. Niet iedere changemaker slaagt daar even goed in.

Context
Ook contextuele factoren kunnen een rol spelen in de effectiviteit van WCY. Zo is de locatie waar de activiteiten plaats vinden van invloed. Het lijkt vooral van belang dat de betreffende activiteit goed is afgestemd op de locatie. Dat is niet altijd het geval. Een meisje vertelt bijvoorbeeld dat zij op het station benaderd werd door een changemaker om een vragenlijst in te vullen: “Niet zo handig, tenminste voor mij niet, om het op het station te doen, want ik moest zeg maar snel de bus halen. [..] dan ga je snel even wat invullen terwijl het toch best wel een aardige vragenlijst was.”

Tijdens een aantal debatten blijkt hoe de locatie en setting van invloed is op de sfeer en de mate waarin jongeren zichzelf bloot durven geven. In een grote onbekende zaal, waar je ook nog moet spreken in een microfoon en beoordeeld wordt door een jury, durft niet iedereen te spreken of het achterste van de tong te laten zien. In kleine intieme settings lijken jongeren gemakkelijker en meer uit te wisselen.
Uit de observaties blijkt ook hoe de groepsgrootte van invloed is op de sfeer en de wijze waarop kennis en ervaringen worden uitgewisseld. Een grote groep jongeren die eenmalig samenkomt in het kader van WCY voelt minder veilig dan een kleine groep. Ook is het in kleinere groepen gemakkelijker voor begeleiders om iedereen aan het woord te laten komen en jongeren individueel aandacht te geven.

In sommige groepen die erg homogeen zijn qua samenstelling (qua culturele achtergrond en geslacht) lijken jongeren het sneller met elkaar eens dan bij meer heterogene groepen. Dit kan beperkend zijn voor de discussie en het uitwisselen van verschillende meningen, maar kan ook ‘veilig’ aanvoelen. Zo vertelt een changemaker van 21 jaar dat de jongens en meisjes bij haar project gescheiden waren en dat dit de bespreekbaarheid van gevoelige onderwerpen ten goede kwam. Ook de keuze voor een mannelijke of vrouwelijke begeleider is hierop van invloed.

Tijd is eveneens een belangrijke factor. Bijeenkomsten die te lang duren zijn niet motiverend voor de jongeren. Tijdens de observaties blijkt dat voldoende pauzes en variatie van belang zijn voor een goeie dynamiek en concentratie. Maar soms is er ook te weinig tijd uitgetrokken voor activiteiten. Dan is er bijvoorbeeld weinig tijd om bepaalde onderwerpen te behandelen en de diepte in te gaan of na afloop nog te reflecteren op wat de jongeren hebben gezien of meegemaakt. Tijdens een activiteit kan een heel strak schema en een ‘dichtgetimmerd’ programma ook de eigen inbreng en vragen van jongeren beperken. Tijd lijkt ook een rol te kunnen spelen in de sfeer en intimiteit in een groep. Jongeren die samen gedurende een langere periode meerdere activiteiten hebben ondernomen lijken meer ver-

trouwd met elkaar en de WCY onderwerpen. Ze lijken beter op elkaar ingespeeld en makkelijker dingen uit te wisselen. Dit geldt eveneens voor het contact met een begeleider; daarmee lijkt ook gemakkelijker een vertrouwensband te ontstaan naarmate ze vaker contact hebben met de jongeren.

Werven en betrokken houden

Het werven van changemakers en jongeren en hen vervolgens betrokken houden is niet altijd even makkelijk blijkt uit reacties van projectleiders.

Bij het werven van changemakers werkt een persoonlijke benadering goed en kan geprofiteerd worden van het netwerk van bestaande changemakers. Daarnaast zijn goede contacten met scholen en aansluiten bij lessen op projecten op scholen essentieel voor de toegang tot jongeren.

Een projectleider suggereert dat het belangrijker is om te investeren in kwaliteit dat kwantiteit, oftewel probeer gemotiveerde changemakers te werven in plaats van het werven van zoveel mogelijk (minder gemotiveerde) changemakers. Ook wordt gezegd dat het nuttig kan zijn om gedurende de begeleiding onderscheid te maken in minder betrokken changemakers en zeer betrokken en actieve changemakers. In die laatste groep kan extra geïnvesteerd worden door hen uit te nodigen voor evenementen en uitjes in het kader van WCY. Dat motiveert tot blijvende betrokkenheid. Maatschappelijke stages en opleidingsstages zijn eveneens goede manieren om jongeren gedurende een langere tijd te betrekken bij WCY.

Organisatie

Organisatorische zaken zijn van invloed op het welslagen van de WE CAN Young campagne. Projectleiders noemen het belang van goede samenwerking tussen verschillende samenwerkingspartners (ministerie van OCW, Movisie, gemeenten, lokale projectorganisaties en samenwerkingspartners zoals scholen) als belangrijke succesfactor. Ook werkt het goed om aan te sluiten bij bestaande projecten of vakken op school waarin WCY een plek kan krijgen.

Tabel 6.1 Werkzame mechanismes WCY

	Educatie	Activatie	Mobilisatie
Intensiteit	• Intensieve trajecten bestaande uit meerdere activiteiten • Combineren educatie + peer educatie > activatie > mobilisatie		
Inhoud	• Aansluiten kennisbehoefte • Onderwerpen die prikkelen • Aansluiten belevingswereld en actualiteiten • Niet teveel thema's in één keer * • Rode draad *		
Werkvormen	• Inhoudelijke basis • Afwisseling, ontspanning* • Visualiseren (film, powerpoint beeldmateriaal, naspelen) • Actief aan de slag • Discussie en uitwisselen van verschillende meningen • Ervaringsdeskundige • Gebruik maken van bestaande succesvolle werkvormen/methoden (World cafe, lang leven de liefde, Je lijf je lief)* • Social media*		
Begeleiding	• Begeleiding gedurende gehele traject van educatie, activatie en mobilisatie* • Inhoudelijke deskundigheid en vaardigheden • Doelen stellen * • Afstemmen op jongeren • Peers • Ruimte en richting geven		

	Educatie	Activatie	Mobilisatie
Context	• Locatie en situatie • Sfeer en locatie • Tijd • Groepssamenstelling, kenmerken deelnemers		
Werven en betrokken houden	• Persoonlijke benadering * • Kwaliteit i.p.v. kwantiteit * • Gebruik netwerk bestaande changemakers en rolmodellen * • Maatschappelijke stages en opleidingsstages goed om jongeren langer te betrekken* • Belonen *		
Organisatie	• Samenwerking samenwerkingspartners* • Aansluiten bij scholen en bestaande projecten*		

*volgens lokale en landelijke projectleiders

Knelpunten en valkuilen

Naast succesfactoren worden door de projectleiders knelpunten genoemd. Dit zijn onder andere wisseling van personeel en te weinig professionals voor begeleiding bij de gemeenten en uitvoeringsorganisaties. In sommige gemeenten zijn er onvoldoende uren beschikbaar van betaalde professionals. Zij lossen dit op door stagiaires in te zetten. Dit heeft als voordeel dat de jonge leeftijd van hen de changemakers aanspreekt. Een valkuil is dat het niet altijd lukt om de continuïteit en kwaliteit te waarborgen.

Ten slotte wordt genoemd dat er soms veel gevraagd wordt van projectleiders en changemakers. Ze krijgen vanuit verschillende hoeken veel informatie en verzoeken zoals het bijhouden van administratie, deelname aan de vragenlijst en informatie over het Vlaggensysteem. Heldere en goed afgestemde communicatie hierover is essentieel. Uitvoerders vinden informatie van Movisie soms lastig te overzien. Een stappenplan met de verschillende onderdelen zou hierbij helpen.

De samenwerking met andere partijen loopt niet altijd vlekkeloos. Verschillen in visie en werkwijze kunnen voor de nodige problemen zorgen; het is daarom nodig om te beginnen met een heldere doelstelling.

7. Conclusies en bespreking

WE CAN Young is een peer to peer campagne die tot doel heeft de seksuele weerbaarheid van jongeren te vergroten. Met deze resultaatmeting van de lokaal uitgevoerde activiteiten[10] is onderzocht in hoeverre de doelstellingen van WCY behaald zijn en welke werkzame mechanismen hier een rol in spelen. In deze slotbespreking wordt op basis van verschillende deelonderzoeken antwoord gegeven op de volgende onderzoeksvragen.

- Wat is het bereik van WE CAN Young (aantal bereikte changemakers, jongeren en activiteiten)?
- Wat voor activiteiten zijn er uitgevoerd in het kader van WE CAN Young?
- Welke effecten en ervaren effecten heeft WE CAN Young op changemakers en jongeren?
- Wat zijn werkzame mechanismen van WE CAN Young?

De resultaatmeting is gericht op de campagneperiode 2012-2014; de campagne loopt nog door in 2016. De uitkomsten en aanbevelingen voortkomend uit deze resultaatmeting kunnen gebruikt worden om het vervolg vorm te geven en bij te dragen aan kwaliteitsverbetering en borging daarvan.

Bereik van WCY

Het effect van de campagne in zijn geheel is een resultante van het bereik met de uitgevoerde acties of activiteiten en de effecten bij de deelnemers. Daarom is in kaart gebracht hoeveel jongeren op verschillende wijzen bereikt zijn met WCY. Wij constateren dat er een groot bereik is geweest Volgens de uitgezette monitor zijn meer dan 1.800 changemakers geïnstrueerd om activiteiten in het kader van WCY uit te voeren. Het aantal jongeren dat live bereikt is was meer dan 11.000, daarnaast zijn zeer veel jongeren, meer dan 90.000 via diverse social media bereikt.

Activiteiten van changemakers en jongeren

Aantal gerealiseerde activiteiten

Changemakers en jongeren hebben in het kader van WCY een grote diversiteit van activiteiten uitgevoerd (de changemakers) of daaraan deelgenomen (de jongeren). Deze variëren van ultrakorte acties zoals het uitdelen van flyers tot debatten, voorstellingen en uitgebreide voorlichtingsbijeenkomsten. Volgens de monitor die is afgenomen onder lokale projectleiders, zijn er een groot aantal (3.139) verschillende acties uitgevoerd. Via de websites van de lokale projecten en de verslagen zijn een aantal (174) van deze activiteiten in kaart gebracht.

Verloop van WCY traject: educatie, activatie en mobilisatie

In activiteiten zien we duidelijk één of meerdere elementen van de campagne terug: (peer)educatie, (peer)activatie en peer mobilisatie. Hoewel peer educatie gezien wordt als belangrijk uitgangspunt van WCY, zien we in de praktijk dat educatie door volwassenen een belangrijke basis vormt in veel trajecten. De meeste changemakers beginnen een traject met educatie door een volwassene. Ze worden door een volwassenen begeleider voorgelicht over de WCY onderwerpen en soms ook getraind in het overdragen van deze kennis en het organiseren van activiteiten voor andere jongeren. Daarbij is vanuit de landelijke projectleiders ondersteunend en richtinggevend materiaal aangedragen door middel van werkateliers en via internet toegankelijk materiaal.

Vervolgens zijn er WCY activiteiten die geschaard kunnen worden onder ‘activatie’: changemakers gaan zelf aan de slag met de WCY thema’s en ontwikkelen hiermee activiteiten voor andere jongeren. Ten slotte zijn er de ‘mobilisatie’ activiteiten: de ontwikkelde acties voor jongeren worden uitgevoerd en daarmee brengen changemakers hun kennis over. Soms zijn er ook nog acties ondernomen om deze jongeren te mobiliseren om ook changemakers te worden en dezelfde cyclus te doorlopen.

[10] Het bereik en effecten van de landelijk uitgevoerde activiteiten zijn niet bij deze evaluatie betrokken.

De activiteiten zijn op verschillende manieren uitgevoerd: door changemakers zelf, door hen samen met projectleiders of -medewerkers of samen met partners. In sommige gevallen hebben de projectleiders of -medewerkers of de samenwerkingspartners de activiteiten uitgevoerd.

In de praktijk zien we dat elementen van educatie, activatie en mobilisatie voor kunnen komen binnen één activiteit. De mate waarin de diverse onderdelen aan bod komen verschilt. Ook zien we dat lang niet altijd het hele proces van educatie, activatie en mobilisatie wordt doorlopen.

De inhoud van activiteiten
De thema's die in de praktijk aan bod komen in de activiteiten van zowel changemakers als jongeren komen sterk overeen met de inhoudelijke thema's zoals die genoemd worden in de opzet van WCY. Genderongelijkheid, grensoverschrijdend gedrag, grenzen stellen en respecteren, (gender) geweld zijn de meest genoemde onderwerpen. Het bredere thema 'omgaan met seksualiteit' wordt daarbij veel genoemd. Opmerkelijk is dat het thema 'wensen', een meer positieve benadering, nauwelijks aan bod komt.

Uit de interviews en vragenlijsten weten we dat veel changemakers geïnstrueerd worden in het ontwikkelen en uitvoeren van acties voor andere jongeren. De activiteiten van de changemakers die zij vervolgens uitvoeren, gaan grotendeels uit van de ideeën en capaciteiten van de changemakers zelf en zijn ook veelal door henzelf ontwikkeld. En zo is de opzet van de WE CAN Young campagne bedoeld. Dit betekent dat vrijwel iedere activiteit uniek is qua vorm en inhoud.

Intensiteit van WCY traject
Een WCY 'traject' dat changemakers en jongeren doorlopen, bestaat soms uit een hele reeks activiteiten en soms slechts uit een enkele activiteit. In de interviews komen drie typen trajecten naar voren die verschillen in intensiteit. Er zijn zeer beperkte kortdurende trajecten welke vaak bestaan uit een enkele activiteit. Daarnaast zijn er middelmatig intensieve trajecten die bestaan uit enkele activiteiten. Ten slotte zijn er intensieve trajecten waarbij verschillende activiteiten worden bijgewoond en ondernomen en waarbij vaker het gehele proces van educatie, activatie en/of mobilisatie wordt doorlopen. Bij de jongeren is er vaker sprake van zeer beperkte kortdurende trajecten gericht op educatie, en minder vaak van intensieve trajecten dan bij de changemakers.

Effecten van WE CAN Young
De beoogde resultaten van WCY zijn kennis en bewustwording over de thema's grensoverschrijdend gedrag, seksueel weerbare attitude, genderongelijkheid en gendergeweld met als doel dat een jongere zich uiteindelijk weerbaar kan gedragen.

De effecten volgens de kwantitatieve meting
Vanwege de tegenvallende respons op de vragenlijst is het nauwelijks mogelijk om uitspraken te doen over de vraag of de campagne daadwerkelijk effect heeft gehad op de respondenten. Dat geldt voor de vragen die onderdeel uitmaakten van schalen als attitudes, bewustzijn.
Verder valt er alleen op basis van zelfrapportage bij vragen over ervaren verandering in de vragenlijst wat te zeggen. Van de changemakers vindt tussen de 38% (1-meting) en 42 % (2-meting) dat hun ideeën of gedrag veranderd is door mee te doen aan WE CAN Young. Van de jongeren vindt bijna een derde (1-meting) tot iets minder dan de helft (2-meting) dat zij iets geleerd hebben van de WE CAN Young campagne.

Ervaren effecten op basis van interviews

In de interviews geeft de meerderheid van de changemakers en jongeren zelf aan dat ze nieuwe kennis hebben opgedaan over de WCY onderwerpen. Ruim een derde van de changemakers en de helft van de jongeren neemt veranderingen waar in hun houding of mening. Iets minder dan de helft van de jongeren en circa een derde van de changemakers geeft aan dat er veranderingen hebben plaatsgevonden in de sociale invloed, wat wil zeggen dat ze de WCY onderwerpen met andere mensen zijn gaan bespreken. Enkele respondenten geven ten slotte aan dat ze nieuwe competenties hebben opgedaan en dat ze verwachten zich anders te gedragen door WCY. Bijvoorbeeld dat ze denken dat ze beter hun grenzen zullen bewaken in seksuele interacties. Een enkeling geeft aan dat er sprake is van gedragsverandering dankzij WCY.

Leereffecten
De opzet van de campagne houdt in dat naast educatie de changemakers uitgenodigd en begeleid worden bij activatie. De changemakers geven veelal in groepssamenstelling vorm aan de activiteiten in aansluiting op eigen interesses en talenten. Dat zorgt ervoor dat zij zich de thema's eigen (moeten) maken. Deze actieve verwerking in interactie met anderen is een belangrijk aspect van het leren en hanteren van (nieuwe) normen, attitudes en vaardigheden.

Werkzame mechanismen
In de interviews, observaties en bijeenkomsten met projectleiders komen diverse factoren naar voren die van invloed lijken op de effectiviteit van WCY. Zoals het aantal en het type activiteiten dat changemakers en jongeren hebben meegemaakt, de inhoudelijke kwaliteit van de lesstof, de begeleiding en de werkvormen die werden ingezet. Daarnaast spelen ook contextuele factoren een rol zoals de groepssamenstelling, de motivatie en het kennisniveau van de jongere.

De wijze waarop invulling gegeven wordt aan WCY verschilt van gemeente tot gemeente, per changemaker en jongere en per activiteit. Ook verschillen de doelen van individuele activiteiten. Wat daarin specifiek werkt, zal dus per situatie verschillen. Door te kijken naar veelgenoemde werkzame mechanismen en succesfactoren kan gesteld worden dat intensieve, interactieve activiteiten met goede inhoudelijke informatieoverdracht en goede begeleiding waarin zowel aandacht besteed wordt aan educatie, activatie en mobilisatie, potentieel het meest succesvol zijn.

Duur en intensiteit
Changemakers en jongeren die gedurende langere tijd intensiever met WCY bezig zijn, zien meer effecten bij zichzelf op het gebied van kennis, attitude en eigen effectiviteit. Tegelijkertijd zien we dat kortdurende eenmalige activiteiten relatief veel voorkomen en ook populair zijn bij projectleiders. Hoewel deze activiteiten nuttig zijn om WCY en haar thematiek onder de aandacht te brengen van een groter publiek, mag er qua effect op het gebied van kennis, attitude en eigen effectiviteit niet te veel van verwacht worden.

Goede inhoudelijke training
Activiteiten met een sterk inhoudelijke en educatieve insteek zoals voorlichting over seksueel grensoverschrijdend gedrag lijken meer kennis op te leveren dan een activiteit waarin dit slechts bijzaak is, zoals bij het uitdelen van flyers. Voor een goede inhoudelijke basiskennis van de changemakers is een goede training door een volwassenen onontbeerlijk. Daarnaast onderschrijven jongeren ook de toegevoegde waarde, mits goed uitgevoerd, van peer educatie: jongeren luisteren graag naar andere jongeren. Van belang is dat de educatie aansluit op het kennisniveau van jongeren en goed is afgestemd op hun ervaring en belevingswereld.

Actief aan de slag

Het actief aan de slag gaan met WCY onderwerpen vergeleken met passieve kennisoverdracht is van grote toegevoegde waarde. Jongeren vinden het leuk om iets te doen met de WCY onderwerpen in de vorm van spel, visuele uitingen, het voorbereiden van een debat etc. en de kennis wordt daardoor meer eigen gemaakt en verrijkt.

Goede begeleiding: vrijheid en sturing.
Peer to peer educatie vindt niet vanzelf plaats. Projectleiders zijn cruciaal in de werving, educatie, activering en mobilisering van changemakers en jongeren. In de begeleiding van jongeren is het de kunst om de juiste balans in vrijheid en sturing te geven. Sturing in het aanreiken van de juiste basiskennis en materialen, doelen stellen en hen te stimuleren om activiteiten te ondernemen. Daarnaast is van belang om jongeren de vrijheid te geven om zelf aan de slag te gaan en iets te doen wat zij leuk vinden. Op organisatorisch niveau is het van belang dat er voldoende uren beschikbaar zijn voor begeleiders en dat er continuïteit bestaat qua personeel.

Goede samenwerking
Een goede samenwerking met de verschillende partners en aansluiting zoeken bij bestaande (school)projecten en methodes kunnen ervoor zorgen dat krachten gebundeld worden en er van elkaars kennis en expertise geprofiteerd wordt.

Beschouwing en aanbevelingen

Effecten & activiteiten
We kunnen constateren dat de WE CAN Young campagne een groot aantal changemakers en jongeren op uiteenlopende manieren heeft bereikt en dat een aanzienlijk deel van de respondenten effecten bij zichzelf waarneemt. Of de beoogde vergroting van de weerbaarheid van jongeren is bewerkstelligd konden we echter niet aantonen.

De WE CAN Young campagne bestaat uit zeer uiteenlopende activiteiten en thema's die in de campagne aan de orde komen. Het is daarom niet verwonderlijk dat het type en de mate van effect per activiteit sterk kunnen verschillen. Van veel activiteiten, of dat nu een social media gebeurtenis is of een eenmalige les, kunnen geen grote effecten verwacht worden in de zin dat een attitude, een opvatting, een norm (direct) verandert. Dat betekent niet dat deze activiteiten in het geheel geen effect hebben. Al deze activiteiten hebben, alleen al door hun attentiewaarde, een effect van bewustwording. Het thema dat met de activiteit gepresenteerd wordt, wordt onder de aandacht gebracht en creëert een gevoeligheid daarvoor. Een les of theatervoorstelling over seksualiteit en eigen grenzen daarbij met een gesprek of discussie na afloop, plaatst het thema op de voorgrond, activeert het denken daarover bij de jongeren die daarmee bereikt worden. Het is aannemelijk dat de activiteiten van de WE CAN Young campagne bijgedragen hebben aan bewustwording en in dat opzicht is de WE CAN Young campagne gezien het grote bereik een succes te noemen.

We hebben gezien dat niet alle activiteiten vanzelfsprekend effect hebben, bijvoorbeeld als in een filmpje een positief bedoeld voorbeeld in een negatieve richting geïnterpreteerd wordt. Het is daarom van belang dat de lokale projectleiders en de changemakers die de activiteiten uitvoeren de juiste condities creëren om een dergelijke activiteit uit te voeren en goed om kunnen gaan met de dynamiek. Dat vraagt een adequate instructie en wellicht ook selectie van de betrokkenen.

Inhoudelijke keuzes maken
Gezien de uiteenlopende deelthema's die in de campagne aan de orde zijn gekomen is de aanbeveling hierin een duidelijke keuze te maken voor een gemeenschappelijk deelthema. Dat maakt de doelstelling van de campagne en de uit te voeren activiteiten helderder, biedt meer zicht op uitvoering van de activiteiten, vergroot de mogelijkheden om van elkaar te leren, maakt evaluatie eenvoudiger en vergroot de mogelijkheid van effectiviteit.

Combineer educatie en activatie
Wat betreft de werking van WE CAN Young lijkt de combinatie van educatie en activatie succesvol: trajecten die bestaan uit meerdere activiteiten lijken meer effect te sorteren. Dit zou ervoor pleiten om activiteiten die slechts bestaan uit educatie aan te vullen met activatie en andersom. Ook lijkt het raadzaam om te streven naar langdurigere trajecten die bestaan uit meerdere activiteiten. In de praktijk zien we echter dat kortdurende eenmalige activiteiten vrij veel voorkomen. De aanbeveling is om deze uit te breiden of op te volgen met activiteiten zodat een combinatie van educatie en activatie ontstaat. Ook bij eenmalige activiteiten kan het een meerwaarde hebben om de activiteit wat uit te breiden. Bijvoorbeeld door na een voorstelling een nazit te organiseren waarin dieper ingegaan wordt op de thematiek en jongeren vragen kunnen stellen en ideeën kunnen uitwisselen.
Maak gebruik van werkzame mechanismes
In de huidige situatie bestaat er grote vrijheid in de wijze waarop invulling gegeven wordt aan WE CAN Young. Dit kan leiden tot succesvolle en minder succesvolle activiteiten. Het is daarom raadzaam om gebruik te maken van kennis over werkzame mechanismes. Hiermee kan de werkzaamheid van WE CAN Young vergroot worden en voorkomen worden dat het wiel telkens opnieuw moet worden uitgevonden. Landelijke projectleiders van Movisie zouden deze kennis kunnen inzetten om de methodiek van WE CAN Young aan te scherpen en lokale projectleiders om de begeleiding van changemakers en hun activiteiten te verbeteren. Ook lijkt het in dit kader zinvol om gebruik te maken van beproefde bestaande (les) methoden die aansluiten op de doelstellingen van WCY.
Het delen en borgen van ervaringen door middel van werkateliers lijkt een zinvolle manier om geleerde lessen met andere gemeenten te delen.
Naast de werkzame mechanisme die we met deze resultaatmeting hebben we gevonden is het wenselijk gebruik te maken van werkzame mechanismen zoals die uit de literatuur bekend zijn. Het ligt voor de hand dat deze ontsloten worden voorafgaande aan uit te voeren activiteiten. De landelijke projectleiding kan hier voor het vervolg het voortouw in nemen en voor deze ontsluiting zorgen, mits daarvoor de ruimte wordt gegeven en genomen. Vervolgens kunnen de uitkomsten daarvan opgenomen worden in de reeds bestaande toolkit voor de lokale projectleiders en changemakers. En deze werkzame mechanismen kunnen actief overgebracht worden in werksessies met de lokale projectleiders die deze weer inbrengen in hun werk met de changemakers.

Doelstellingen formuleren en evalueren
Een andere mogelijkheid om de begeleiding en uitvoering van activiteiten te verbeteren is het formuleren van doelstellingen op het niveau van activiteiten. Op die manier kan geconcretiseerd worden welke jongeren je wilt bereiken en hoeveel en wat je met de activiteiten wilt bereiken (bepaalde kennis overdragen, bepaalde bewustwording creëren, een bepaalde attitude veranderen etc.) Hierdoor kunnen activiteiten doelgerichter begeleid en uitgevoerd worden. Door tussentijds en na afloop te evalueren of de doelstellingen zijn behaald kunnen activiteiten zo nodig bijgesteld en verbeterd worden en dat motiveert bij positieve resultaten.

Sturing en vrijheid
Gezien de hiervoor genoemde punten is de aanbeveling op verschillende punten meer sturing in de campagne aan te brengen waarbij er nog steeds voldoende ruimte voor changemakers blijft om er op

hun eigen manier vorm en inhoud aan te geven. Daarbij is het onontbeerlijk rekening te houden met gewenste en ongewenste effecten.

Kanttekeningen bij het onderzoek
Onderzoek naar het effect van een campagne als WE CAN Young door middel van een vragenlijst kent zijn beperkingen. De open opzet van de campagne betekent dat de doelstelling en de vorm en inhoud per activiteit verschillen en daarmee ook de verwachte effecten sterk kunnen variëren. De focus van dit onderzoek en de beperkte omvang van een vragenlijst, maakten dat er keuzes gemaakt moesten worden voor bepaalde thema's en de te meten beoogde effecten. Het is mogelijk dat hierdoor een deel van de behaalde effecten buiten beschouwing van het onderzoek is gebleven.

De respons, vooral op de vervolgmetingen is erg tegengevallen, ondanks extra inspanningen om deze via de lokale projectleiders en reminders te verhogen. Daarvoor zijn diverse verklaringen. Een verklaring is dat het invullen van een dergelijke vragenlijst in een open setting en in de eigen tijd, voor jongeren een grote opgave is. Door de periode van drie maanden tussen de vragenlijsten is het mogelijk dat de vervolgvragenlijsten minder op het netvlies van de jongeren stonden. Een andere mogelijke verklaring is dat er onvoldoende aansluiting van het onderzoek op de activiteiten was waardoor de relevantie van de gestelde vragen niet voldoende duidelijk was.

Bij de opzet van de campagne is er steeds sprake geweest van changemakers en de jongeren die bereikt worden door de changemakers. Onderzoek doen vraagt om heldere definities van begrippen, anders weet je niet wat je onderzoekt. Daartoe hebben wij op basis van het projectplan voor de WE CAN Young campagne vooraf de definities opgesteld van changemakers en jongeren. De praktijk van de campagne was echter anders.
Een stagiaire die voor langere tijd aan een lokaal project verbonden is, kan zichzelf als changemaker zien. De jongeren die hij met de activiteiten bereikt kan hij zien als changemakers of potentiële changemakers en hen zo benoemen. Hij kan hen echter ook zien als jongeren waarvan geen verdere betrokkenheid bij WCY wordt verwacht. En een jongere die een activiteit heeft meegemaakt kan zich solidair verklaren met WCY en zich als changemaker afficheren op de landelijke website zonder verdere activiteiten te ondernemen. Daarmee hebben de precieze definities van changemaker en jongere - zoals deze in het onderzoek zijn gehanteerd - een beperkt onderscheidende waarde. Hetzelfde geldt voor de begrippen peer educatie, activatie en mobilisatie. Ook deze begrippen zijn in de loop van de campagne veranderd: de educatie kan door volwassenen of door jongeren worden gedaan, onder activatie wordt ook het uitvoeren van acties verstaan (en niet alleen het bedenken ervan, zoals in de projectbeschrijving van de campagne is opgenomen) en mobilisatie is een begrip dat beperkt is tot het werven van nieuwe changemakers. Ook hier geldt dat onderzoek in een dynamische omgeving, een andere, meer flexibele opzet vraagt.

Bij de opzet van de resultaatmeting lag de nadruk op de effecten van de campagne die we met de vragenlijsten en de interviews in kaart wilden brengen. De gegevensverzameling over de uitvoering van de campagne was in de opzet beperkt tot typering van de verschillende activiteiten. Ondanks de inspanningen om de respons op de vragenlijsten te verhogen en meer changemakers en jongeren te interviewen, heeft dat beperkt tot meer gegevens geleid. Naar aanleiding daarvan hebben de onderzoekers aanvullende activiteiten uitgevoerd, zoals observaties en verwerking van werkdocumenten. Daarmee is meer zicht ontstaan op hoe de campagne is uitgevoerd en werkzame mechanismen.
Meer informatie over welke activiteiten de landelijke, de lokale projectleiders en de changemakers in het kader van de campagne allemaal hebben uitgevoerd en hoe zij dat hebben gedaan, kunnen wij met dit onderzoek niet geven.

Uit de problemen met het vragenlijst onderzoek en de moeite om respondenten voor de interviews te werven kan de conclusie getrokken worden dat in een vergelijkbare open setting en met uiteenlopende thema's en vormgeving van een campagne zoals deze, een onderzoek meer kans van slagen heeft als het fysiek dichterbij uitgevoerd wordt met observaties en daarop aansluitende interviews. Een dergelijk onderzoek is meer kwalitatief van aard, sluit aan en richt zich op de concrete activiteiten en doelen die gesteld worden. Interviews en observaties kunnen dan desgewenst nog aangevuld worden met vragenlijsten die ingevuld worden onder supervisie van de onderzoeker. Een goede nulmeting en vervolgmetingen passen bij een deel van de activiteiten, maar niet bij alle.
Bij een relatief open methode als deze peer to peercampagne is een gemengde onderzoeksmethode (mixed methods) de best beschikbare vorm.

Literatuur

Bool, M., de Groot, N. (2012). *Onderzoeksvoorstel Resultaatmeting WE CAN Young campagne*. Utrecht: Movisie.

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

Frans, E., Franck. T. (2010). *Vlaggensysteem. Praten met kinderen en jongeren over seks en seksueel grensoverschrijdend gedrag*. België: Garant uitgevers: België.
Gemeente Rotterdam (Jeugd, Onderwijs & Samenleving en GGD), Dona Daria en Spior (2011). *Voor de verandering.* Rotterdam: Gemeente Rotterdam http://donadaria.nl/wp-content/uploads/2013/05/Voordeverandering.pdf.

Graaf, H.de (2013). *Van alle leeftijden. De seksuele levensloop van conceptie tot overlijden.* Utrecht: Rutgers WPF.

Graaf, H. de, Dijk, L. van & Wijsen, C. (2010). *Leefstijlcampagne seksuele weerbaarheid*. Voorbereidend literatuuronderzoek. Utrecht: Rutgers Nisso Groep.

Pierik, C, Repetur, L. (2012). *WE CAN Young. Jongeren uit 16* gemeenten vergroten hun relationele en seksuele weerbaarheid.* Utrecht: Movisie.

Vanwesenbeeck, I., Zessen, G. van, Ingham, R., Jaramazovic, E. & Stevens, D. (1999). Factors and processes in heterosexual competence and risk: an integrated review of evidence. *Psychology and Health, 14,* 25-50.

Pawson , R., Tilley, N. (1997). *Realistic evaluation*. London: Sage, 1997.

Bijlage Begeleidingscommissie

Rutgers WPF	Hanneke de Graaf
Trimbos-instituut	Ingrid Schulten
Maastricht University	Karlijn Massar
Universiteit van Amsterdam	Bas van den Putte
	Liesbeth van Dril
Ministerie van OCW, waarnemer	Anita de Groot-Meinema
	Ted Reininga
	Els Veenis