



(On)zichtbaar als deeltijdbehandeling?

Projectresultaat

Milan Gelden 512611

Marjolein van Duijnen 549124

INHOUDSOPGAVE

1. INLEIDING	3
2. PRODUCTVERANTWOORDING	4
3.1 ONTSTAAN PRODUCT	4
3.2 GEMAAKTE KEUZES FORMAT	5
3.3 DRAAGVLAK	7
3. IMPLEMENTATIEPLAN	9
BRONNENLIJST	10
BIJLAGEN	12
BIJLAGE 1. THEMA'S/ONDERWERPEN	12

1. INLEIDING

Het onderzoek “(on)zichtbaar als deeltijdbehandeling” is uitgevoerd binnen de deeltijdbehandeling van de Mutsaersstichting. In opdracht van de teamcoördinator van de deeltijdbehandeling is de vraag naar voren gekomen, hoe de medewerkers de deeltijdbehandeling profileren en welke wensen zij hierin hebben? Middels verschillende interviews met medewerkers en cliënten en observaties is dit onderzocht. Uit de resultaten en conclusies van het onderzoek zijn een aantal aanbevelingen tot stand gekomen.

Het projectresultaat is opgedeeld in de productverantwoording en het implementatieplan. In de productverantwoording wordt het ontstaan van het product beschreven, de keuzes onderbouwd die gemaakt zijn bij de inrichting van het product en hoe er draagvlak is gecreëerd. In het implementatieplan wordt weergegeven welke stappen de deeltijdbehandeling van de Mutsaersstichting moet nemen om te borgen dat het product ook blijvend gebruikt gaat worden binnen de organisatie.

2. PRODUCTVERANTWOORDING

In de productverantwoording wordt het ontstaan van het product beschreven, de keuzes onderbouwd die gemaakt zijn bij de inrichting van het product en hoe er draagvlak is gecreëerd.

3.1 Ontstaan product

Middels interviews en observaties is er onderzocht hoe de medewerkers de deeltijdbehandeling profileren en welke wensen zij hierin hebben. Uit de resultaten is naar voren gekomen dat er een verkeerde beeldvorming bestaat ten aanzien van de deeltijdbehandeling bij verschillende betrokkenen. Geconcludeerd kan worden dat de huidige manieren van profileren te kort schieten om het gewenste imago van de deeltijdbehandeling over te brengen. Momenteel zijn er een aantal veelvoorkomende en een aantal specifieke middelen/acties die ingezet worden om het aanbod van de deeltijdbehandeling uit te dragen. De ingezette middelen/acties bereiken voornamelijk directe betrokkenen als cliënten en opvoeders die al aangemeld zijn bij de Mutsaersstichting. In de interviews zijn door de medewerkers verschillende middelen/acties genoemd om het aanbod te profileren. Deze zijn door de onderzoekers meegenomen in het formuleren van de aanbevelingen. De onderzoekers hebben vier verschillende aanbevelingen opgesteld die gericht zijn op het verbeteren van de beeldvorming ten aanzien van de deeltijdbehandeling. Deze aanbevelingen zijn voorgelegd aan de opdrachtgever. In overleg met de opdrachtgever is de uiteindelijke keuze gemaakt om een introductiefilmpje te ontwerpen over de deeltijdbehandeling. In het filmpje kan kort en krachtig worden uitgelegd wat de deeltijdbehandeling van de Mutsaersstichting inhoudt. Hoe ziet bijvoorbeeld het proces van een cliënt eruit en wat kun je verwachten? Wat wordt er gedaan op een behandelgroep? Het doel van het introductiefilmpje is om een duidelijk en helder beeld te geven over de deeltijdbehandeling en hiermee bij te dragen aan een verandering van de beeldvorming bij verschillende betrokkenen.

3.2 Gemaakte keuzes format

Er zijn verschillende redenen waarom er voor dit product gekozen is; deze worden onderstaand toegelicht. Allereerst is het introductiefilmpje een vernieuwend middel/actie voor informatieoverdracht omdat er hier momenteel nog geen gebruik van wordt gemaakt. Er zijn een aantal thema's en onderwerpen die de onderzoekers in het product willen verwerken. Deze zijn voortgekomen uit de resultaten van deelvraag 1 en 2 van het onderzoek, waarin is stilgestaan bij wat er volgens de medewerkers en cliënten wordt verstaan onder de deeltijdbehandeling.

- Inleiding over de deeltijdbehandeling
- Uitleg over het primaire proces van de deeltijdbehandeling
- Full-service centrum, gebruik maken van verschillende modules
- Systeemgericht werken
- Wat doe je op een deeltijdbehandelingsgroep?
- Hoe werk je aan doelen op de deeltijdbehandelingsgroep?
- Wat voor rol heeft groepsleiding/mentor?

Bovenstaande thema's zullen in het introductiefilmpje worden verwerkt.

De opdrachtgever is van mening dat de medewerkers een actieve rol dienen in te nemen in het uitdragen van het aanbod. In de beroepscode jeugdzorgwerker staat vermeld dat medewerkers bijdragen aan een positieve beeldvorming, door specifieke activiteiten of acties uit te voeren (Buitink & Epskamp, 2014). Mede hierdoor is de keuze gemaakt om enkele medewerkers te benaderen om mee te denken in de vormgeving en het ontwerp van het product. Uiteindelijk is er met één medewerker overlegd welke thema's en onderwerpen er in het introductiefilmpje verwerkt worden (zie bijlage 1). Hierdoor krijgt de desbetreffende medewerker een actieve rol in het tot stand brengen van het product en toont zij haar betrokkenheid. Vervolgens worden al deze thema's/onderwerpen middels animaties, tekst en spraakopname verwerkt in het introductiefilmpje. De onderzoekers verwachten hierdoor aan te sluiten bij de behoefte en het ontwikkelingsniveau van cliënten en opvoeders. Een boodschap kan duidelijker worden overgebracht doordat er middels animatie, geluid en tekst, informatie wordt overgedragen. Daarnaast is er gekozen voor een introductiefilmpje omdat het een product is dat een grote groep betrokkenen kan bereiken. Mede gezien het gegeven dat uit het onderzoek naar voren is gekomen dat de huidige manieren van het profileren van het aanbod voornamelijk directe betrokkenen bereikt. Het introductiefilmpje kan aansluiten bij verschillende groepen betrokkenen: opvoeders, (potentiële)cliënten, interne en externe (samenwerkings-)partners, gemeenten, (speciaal)onderwijs en zorginstellingen. Dit zijn tevens ook de betrokkenen die centraal staan binnen het onderzoek. Gezien de doelgroepen op veel vlakken van elkaar verschillen (achtergrond, leeftijd, ontwikkelingsniveau,

beperkingen etc.) is het van belang dat het filmpje voor alle betrokkenen toegankelijk is. Er wordt hiermee rekening gehouden door het product op laagdrempelige wijze vorm te geven, zodat de gegeven informatie voor verschillende groepen betrokkenen te begrijpen is. Daarnaast verwacht de doelgroep tegenwoordig toegankelijkheid en dat organisaties laagdrempelig te bereiken zijn (Gulden & Van Der Wurff, 2015).

Het voordeel van een introductiefilmpje is dat het een product is dat op verschillende plaatsen bekeken kan worden. Zo kan deze vertoond worden op de social media kanalen, het intranet en de website. Daarnaast kan het introductiefilmpje onder andere getoond worden tijdens open dagen en referaten. Doordat het op meerdere plaatsen bekeken kan worden, is de kans groter dat het een groter aantal betrokkenen bereikt. Informatie wordt gemakkelijk verspreid via deze media omdat veel mensen zijn verbonden met internet en social media als Facebook, Twitter of YouTube. Ook voor zorgverleners is het een must dat ze meegaan in het social media tijdperk. Dit is immers de makkelijkste manier om de doelgroep te kunnen bereiken. Wanneer iemand met een zorgvraag zit, wordt deze snel even opgezocht op google. Vaak krijg je dan duizenden resultaten wat het zoeken tijdrovend kan maken (Gulden & Van Der Wurff, 2015). Daarnaast is het een voordeel dat een filmpje zo vaak bekeken kan worden als nodig is en onbeperkt gebruikt kan worden, mits de inhoud nog voldoet aan de huidige situatie. In het implementatieplan wordt benoemd hoe het introductiefilmpje geëvalueerd dient te worden, zodat gekeken kan worden of de inhoud van het filmpje overeenkomt met wat er daadwerkelijk op de deeltijdbehandeling gebeurt.

Het gebruik maken van een introductiefilmpje is passend bij de huidige tijd. Door informatie middels beeldmateriaal over te brengen sluit dit sneller aan bij de interesses van de jongeren (cliënten). Zij zijn onderdeel van de groep betrokkenen waarvoor het product wordt gemaakt (Gulden & Van Der Wurff, 2015). Daarnaast biedt een filmpje de mogelijkheid om op creatieve en ludieke wijze informatie over te brengen aan betrokkenen. Hiermee wordt verwacht dat zij meer aandacht hebben voor de inhoud van het introductiefilmpje. Er wordt in het filmpje gekozen voor spraak en beeld ter ondersteuning van de informatie. Het biedt de jongeren de mogelijkheid om informatie te verkrijgen, zonder daarbij tekst te hoeven lezen. Ook kan het introductiefilmpje bijdragen aan een verandering van de beeldvorming van de deeltijdbehandeling bij verschillende betrokkenen. Betrokkenen die vragen hebben over wat de deeltijdbehandeling inhoudt, kunnen deze middels het introductiefilmpje beantwoord krijgen. Het is de taak van de medewerkers om betrokkenen te verwijzen en te attenderen op het product. Hiermee leveren zij een bijdrage aan een verandering van de beeldvorming (Buitink & Epskamp, 2014).

3.3 Draagvlak

Er is binnen het gehele proces van het onderzoek op verschillende manieren draagvlak gecreëerd binnen de organisatie. Allereerst zijn bij de start van het onderzoek de deeltijdbehandelingsgroepen van de vier locaties via de mail op de hoogte gebracht. In het onderzoeksrapport wordt hier verder toelichting over gegeven. Daarnaast is er draagvlak gecreëerd onder de participanten middels directe communicatie in de vorm van interviews.

Om draagvlak te creëren is er gekozen om alle locaties waar deeltijdbehandeling geboden wordt te benaderen voor het onderzoek. Daarnaast is er gedurende de onderzoeksperiode regelmatig contact geweest met de betrokkenen van het onderzoek. Zo is de opdrachtgever tussentijds op de hoogte gebracht. Ook heeft er een keer in de twee à drie weken een afstemmingsmoment met de werkbegeleidster vanuit de praktijkorganisatie plaatsgevonden om het proces te evalueren en feedback te verkrijgen. Hiernaast hebben de onderzoekers gemiddeld twee keer per week op de locaties van de deeltijdbehandeling gewerkt. Dit heeft ervoor gezorgd dat de lijnen met de deeltijdbehandelingsgroepen kort waren en zij tussentijds op informele wijze geïnformeerd werden over het onderzoek. In het onderzoek is gezorgd voor transparantie doordat de ontwikkelingen en verkregen data inzichtelijk werden gemaakt voor de betrokkenen (Van Der Donk & Van Lanen, 2014). Met de participanten is afgesproken dat zij een samenvatting van het onderzoeksrapport, waar tevens de resultaten in beschreven staan, via de mail zullen ontvangen. Op aanvraag bestaat de mogelijkheid om het gehele onderzoeksrapport in te lezen. Daarnaast zijn alle deeltijdbehandelingsgroepen uitgenodigd om aan te sluiten bij de eindpresentatie van het onderzoek om de belangrijkste resultaten/conclusies, aanbevelingen en het innovatieve product te presenteren. Tevens zullen alle deeltijdbehandelingsgroepen door de onderzoekers via de mail op de hoogte worden gebracht van het tot stand gekomen product en de gemaakte afspraken. Dit gezien het feit dat niet alle medewerkers aan kunnen sluiten bij de presentatie en de onderzoekers het van belang achten dat iedereen op de hoogte wordt gesteld van het introductiefilmpje. Kortom, de medewerkers zijn gedurende het onderzoeksproces regelmatig op de hoogte gebracht van het onderzoek. Dit gezien het feit dat wanneer medewerkers niet/nauwelijks op de hoogte zijn van het onderzoek, ze mogelijk minder belang hechten aan het onderzoek en dus sneller de keuze maken om zich niet in de onderzoeksopbrengsten te verdiepen. Verder is er gekozen om de onderzoeksresultaten en het product zowel direct als indirect te communiceren (e-mail en presentatie) om het onder de aandacht van de medewerkers te brengen (Van Der Donk & Van Lanen, 2014).

Bij het tot stand brengen van het product is rekening gehouden met de behoeftes van de geïnterviewde medewerkers. De genoemde middelen/acties om het aanbod te profileren zijn meegenomen in het opstellen van de aanbevelingen. Het introductiefilmpje is door verschillende medewerkers benoemd tijdens de interviews. Hierdoor ontstaat er draagvlak omdat het aansluit bij de behoeftes van de medewerkers en hen betreft in alle fasen van je onderzoek (Van Der Donk & Van Lanen, 2014). Tenslotte zijn, zoals eerder beschreven, enkele medewerkers benaderd om mee te denken in het ontwerp van het product. Hierdoor worden zij betrokken bij de invulling van het product.

3. IMPLEMENTATIEPLAN

In het implementatieplan zullen de stappen worden weergegeven die de deeltijdbehandeling van de Mutsaersstichting moet nemen om ervoor te zorgen dat het product geïntegreerd en daadwerkelijk gebruikt gaat worden binnen de organisatie.

Het doel van het introductiefilmpje is om een duidelijk en helder beeld te geven van wat de deeltijdbehandeling inhoudt en hiermee bij te dragen aan een verandering van de beeldvorming bij verschillende betrokkenen. Bij het tot stand brengen van het product is er rekening gehouden met de behoeftes en wensen van de geïnterviewde medewerkers. Het introductiefilmpje is meerdere malen naar voren gekomen als middel/actie om de deeltijdbehandeling te profileren. Om het introductiefilmpje tot stand te brengen dienen er verschillende stappen ondernomen te worden. Allereerst hebben de onderzoekers enkele medewerkers van de deeltijdbehandeling benaderd om hen mee te laten denken in de vormgeving en het ontwerp van het product. Uiteindelijk is er met een medewerker overlegd welke thema's en onderwerpen er in het introductiefilmpje verwerkt worden (zie bijlage 1). Vervolgens zal er in overeenstemming met de deelnemende medewerker een script worden opgesteld. Het script wordt vervolgens doorgestuurd naar een externe professional omtrent filmproductie. Deze zal de geschreven tekst inspreken, die vervolgens verwerkt kunnen worden in het product. De onderzoekers gaan tussen 4 en 19 juni het introductiefilmpje ontwerpen middels het programma powtoon, after affects of windershare filmora. Tijdens de eindpresentatie zal het product gepresenteerd worden aan onder andere de opdrachtgever en verschillende medewerkers van de deeltijdbehandeling. Tevens zullen alle deeltijdbehandelingsgroepen door de onderzoekers via de mail op de hoogte worden gebracht van het tot stand gekomen product en de gemaakte afspraken. Vervolgens zal het product na afloop van de eindpresentatie overhandigd worden aan de opdrachtgever en zal zij beoordelen of het product gebruikt kan worden voor de organisatie. Indien dit het geval zal de opdrachtgever in overleg met de teamcoördinator van de deeltijdbehandeling Venlo de keuze maken waar het introductiefilmpje geplaatst wordt en afstemmen welke acties verder ondernomen dienen te worden. Mogelijkheden zijn het plaatsen op intranet, de website van de Mutsaersstichting en eventueel op social media. Er wordt beoogd dat het filmpje binnen twee maanden na de overdracht geplaatst zal worden.

Om het product te integreren in de organisatie is het van belang dat de medewerkers de taak op zich nemen om de betrokkenen regelmatig te attenderen op het introductiefilmpje, indien er vragen zijn over de inhoud van de deeltijdbehandeling. Om ervoor te zorgen dat dit daadwerkelijk gebeurd zullen de onderzoekers de medewerkers adviseren om het introductiefilmpje op de agenda van het werkoverleg te zetten, dit om hen te blijven herinneren aan het bestaan van het product. Er zal jaarlijks een evaluatiemoment moeten plaatsvinden met de medewerkers van de deeltijdbehandeling om te kijken of de inhoud van het introductiefilmpje passend is bij de huidige situatie.

De kosten voor het ontwerpen en vormgeven van het product zijn laag gezien er interne medewerkers betrokken zijn bij het tot stand brengen van het product. Daarnaast zijn er geen kosten verbonden aan het inspreken van de geschreven tekst, dit gezien de desbetreffende persoon heeft aangeboden om dit vrijwillig te doen. Er worden alleen kosten gemaakt door de tijd die de medewerkers besteden om samen met de onderzoekers de inhoud van het product vorm te geven. De tijdsduur met de interne medewerker heeft één uur in beslag genomen. Gezien er gebruik wordt gemaakt van gratis software zijn hier geen verdere kosten aan verbonden.

Of het introductiefilmpje het gewenste resultaat zal opleveren hangt af van een aantal factoren. Allereerst staat de goedkeuring van het product door de opdrachtgever centraal. Indien zij hier positief tegenaan kijkt, kan de opdrachtgever dit verder voortzetten. Daarnaast is de bereikbaarheid van het introductiefilmpje voor de betrokkenen afhankelijk van waar het geplaatst wordt. Wordt het wel/niet op social media geplaatst? Ook zijn er enkele risico's te benoemen ten aanzien van het nieuwe product. Wanneer het niet wordt goedgekeurd door de opdrachtgever en eventuele aanpassingen nodig zijn, moeten deze eerst verwerkt worden in het introductiefilmpje en kan het vervolgens pas geplaatst worden. Het is momenteel onduidelijk wie de taak op zich gaat nemen om het introductiefilmpje aan te passen indien nodig. Daarentegen zijn er enkele medewerkers die hebben aangegeven bij te willen dragen aan het profileren van het aanbod. Zij kunnen benaderd worden om de aanpassingen/verbeterpunten verder op te pakken en uit te werken. Een ander risico is dat het introductiefilmpje niet het gewenste resultaat oplevert doordat het de betrokkenen niet bereikt. Zoals eerder benoemd is het van belang dat de medewerkers de betrokkenen blijven attenderen.

BRONNENLIJST

Gulden, M., & Van Der Wurff, J. (2015). *Social media in zorg en welzijn. Wat voor content kun je delen?* Schiedam: Scriptum.

Van Der Donk, C., & Van Lanen, B. (2014). *Praktijkonderzoek in zorg en welzijn*. Bussum: Coutinho.

Buitink, J., & Epskamp, J. (2014). *Beroepscode voor de Jeugdzorgwerker: Relatie met de samenleving*. Woerden: Revon.

BIJLAGEN

Bijlage 1. Thema's/onderwerpen

Introductietijmpje

Doel: duidelijk en helder te weergeven van wat de deeltijdbehandeling inhoudt en hiermee een bijdrage te leveren aan de beeldvorming van betrokkenen

Thema's /onderwerpen

- Welkom bij OB. Cliënten komen hier met verschillende redenen (problemen). Bijv. vastlopen op school, leren omgaan met emoties/stemmingen en of als je bekend bent met een ~~psychisch~~ probleem (voorbeelden noemen)
- Kennismaking met de groep (groepsleiders, BC, mentor)
- Op maat behandelplan opgesteld met doelen waaraan je op de groep (leefgroep of behandelingsgroep) gaat werken middels ^{Bijv. sport, spel en andere} (creatieve) middelen
- Middels ⁽ⁱⁿ⁾ deze ^{spel} middelen zitten veel leermomenten verborgen (OB: samenwerken, geduld, omgaan met frustraties etc)
- Groepsleiders ^{samen met opvoeders} geven gezamenlijk de behandeling vorm, je kunt er terecht met vragen en/of problemen
Mentor: aanspreekpunt voor cliënten en opvoeders
- Duur afhankelijk van hulpvraag.
- Behandeling vindt plaats ma-vrij 08:30/15:30, afhankelijk van de zorgvraag van de cliënt worden afspraken gemaakt over de hoeveelheid behandeling.
- Op maat gericht plan maakt dat het kan zijn dat je naast behandelings onderwijs of therapie volgt → Voorbeelden therapie vorm: ^{Evaluatie- leer/creatie}
- Systeemgericht werken: opvoeders worden betrokken bij de behandeling, één keer in 3 maanden evaluatie.
- afsluiting groep
- groepsverband / individueel
- als je genoeg hebt gedeeld sluit je af, verder met onderwijs etc.
- Gu. kijkt tijdje met je mee, tools aanreiken → middel om te helpen.
- Team van professionals helpen wij jij! ^{↑ kind}
- Jij hebt een hulpvraag, samen met jou en je ouders kiezen we de juiste ^{1. v. 2.}