

Een « quick-scan » voor pre-evaluatie

Peter Aertsen

Situering

Preventiewerk is een gebeuren, een proces.

Een preventiewerker zal dan ook een organisatie proberen te begeleiden in het ontwikkelen van een (drug)preventiebeleid.

Dit dient bovendien te gebeuren “op maat” van de organisatie, of het nu gaat om een school, een bedrijf, een jeugdbeweging, of wat dan ook.

Het ontwikkelen van preventie-acties voor de doelgroep van de organisatie (leerlingen, werknemers, leden van een vereniging, ...) vormt meestal een belangrijk en essentieel onderdeel van zo'n preventiebeleid.

Vaak zal de preventiewerker de intermediairen binnen de organisatie (leerkrachten, diensthoofden, leiding van een vereniging, ...) opleiden en vormen zodat dezen zelf zo'n actie kunnen organiseren en uitvoeren. Dit heeft immers een dubbel voordeel: de preventiewerker kan zo meer organisaties bereiken omdat hij zijn know-how telkens doorgeeft én de opgeleide intermediair kan een beter resultaat boeken omdat hij de doelgroep beter kent, er dichterbij staat, en deze ook langer kan opvolgen.

Om preventiewerkers bij dit alles te ondersteunen, zijn er door allerlei instanties massa's pakketten en programma's voor de meest diverse organisaties, intermediairen en doelgroepen ontwikkeld.

Toch blijven veel intermediairen de preventiewerker confronteren met twee netelige vragen:

- hoe kies ik uit dat grote aanbod het beste pakket of programma?
- hoe weet ik of de gekozen actie ook echt helpt en dus resultaten oplevert?

Voor alle betrokkenen blijft dit een zeer moeilijke kwestie, waar (zoals vaak bij preventie) geen pasklaar antwoord voor bestaat:

- er zijn geen algemeen geldende criteria waarmee men feilloos het kaf van het koren kan scheiden; men dient namelijk telkens rekening te houden met de context waarbinnen de actie gebeurt. Dit laatste verklaart ook waarom een algemeen aanvaard project soms toch niet aanslaat en een “slecht” programma soms wel blijkt te werken.
- effect-evaluatie is bij preventie-acties zeer delicaat; zonder zware wetenschappelijke ondersteuning kan men zelden harde bewijzen op tafel leggen omtrent de resultaten van een project. De belangrijkste reden hiervoor is dat het veelal gaat om complexe situaties met veel variabelen en met soms enkel lange termijn-resultaten.

Om ondertussen toch te kunnen verder doen, gebeurt er dan ook veel natte vinger-werk. Men kiest voor een actie omdat men denkt, aanvoelt, gelooft dat ze resultaat zal opleveren. Zo ontstaan verschillende stromingen van believers en non-believers in een bepaalde aanpak, worden betrokkenen aangespoord om nog harder te zoeken naar bewijzen van effectiviteit, laaft men zich aan louter subjectieve indrukken (er kwam veel volk op af en de mensen vonden het goed), en worden wetenschappers die kritische kanttekeningen plaatsen niet altijd geloofd.

Om enigszins uit deze impasse te raken, presenteer ik hier een “quick-scan voor pre-evaluatie”. Op basis van allerlei onderzoek en ervaring binnen het preventiewerk in Vlaanderen en daarbuiten, is er wel degelijk een zinvol (ook al is het onvolledig en niet zwart/wit) antwoord mogelijk op de hoger gestelde vragen.

De quick-scan voor pre-evaluatie

Het uitgangspunt van dit instrument is dat het probeert om vóór de uitvoering van een actie (daarom gaat het om pre-evaluatie) op een snelle manier in te schatten (“een quick-scan” dus) hoe succesvol deze actie kan zijn.

Met andere woorden poogt dit instrument een antwoord te bieden op de vraag wat de waarschijnlijk verwachte effectiviteit zal zijn van een concreet pakket of programma, toegepast in een welbepaalde situatie of context.

Om een mogelijk effect vooraf zo correct mogelijk in te schatten, dient men aldus rekening te houden met:

- A. Vier objectieve criteria, die handelen over de inhoud (positief en breed) en de vorm (diepgang en procesmatig) van de actie zelf.
- B. Twee subjectieve criteria omtrent het kader waarbinnen de actie gebeurt, enerzijds met betrekking tot de intermediairen en de doelgroep (aangepast) en anderzijds in verband met de organisatie (ingebed).

In de quick-scan worden deze zes criteria opgesomd met telkens een aantal richtvragen (twintig in totaal).

Hoe meer positieve antwoorden (hoe meer dus een actie aan de gegeven criteria voldoet), hoe meer waarschijnlijk het is dat deze actie succesvol zal zijn.

Het is dus duidelijk dat voldoen aan zowel de objectieve (A) als aan de subjectieve (B) criteria noodzakelijk is. Indien enkel A of B (zelfs overweldigend) positief scoort, blijkt die actie toch nog gedoemd om te mislukken.

Hierna volgt eerst een overzicht van de criteria, met hun respectievelijke richtvragen. Nadien volgen nog enkele belangrijke tips en aanwijzingen voor het concrete gebruik van de quick-scan.

A. OBJECTIEF

1. POSITIEF:
 1. Geeft de boodschap aan waar men vóór is, wat men wil bereiken, i.p.v. wat men wil vermijden, waar men tegen is?
 2. Probeert men ook gewenst gedrag te belonen, i.p.v. enkel ongewenst gedrag te bestraffen?
 3. Denkt men offensief (de mogelijkheden van de doelgroep verruimen), i.p.v. louter defensief (hoe problemen aanpakken en mogelijkheden inperken)?
 4. Betracht men openheid m.b.t. het thema, i.p.v. (ongewild) de taboesfeer te vergroten?
2. BREED:
 5. Wordt het thema in al zijn facetten belicht?
 6. Wordt de doelgroep voldoende ruim gekozen?
 7. Wordt iedereen uit de doelgroep voldoende aangesproken?
3. DIEPGANG:
 8. Probeert men méér te bereiken dan (oppervlakkige) sensibilisering of kennisoverdacht?
 9. Is er aandacht voor het attitude-, vaardigheids- en gedragsniveau?
 10. Gebeurt alles met toetsing, reflectie of inspraak van de doelgroep?
 11. Wordt de doelgroep door de actie zelfstandiger, onafhankelijker m.b.t. het thema?
4. PROCESMATIG:
 12. Gaat het om meer dan één (losse) actie?
 13. Werkt men in fasen (met aandacht voor analyse, doelbepaling, planning, uitvoering en evaluatie)?
 14. Is er aandacht voor een continue opvolging?

B. SUBJECTIEF

5. AANGEPAST:
 15. Is de actie aangepast aan het niveau, de situatie, de leeftijd en de leefwereld van de doelgroep?
 16. Is de actie aangepast aan de persoonlijke visie en de praktische mogelijkheden van de intermediair?
6. INGEBED:
 17. Past de activiteit binnen de identiteit, de waarden en het klimaat van de organisatie?
 18. Sluit de actie aan bij bestaande initiatieven i.p.v. iets totaal nieuws te moeten lanceren?
 19. Kadert de actie binnen een beleid, een gesloten geheel?
 20. Is er aandacht voor de “omgeving” van de doelgroep?

Enkele bemerkingen

- ❖ De quick-scan is geen wetenschappelijk evaluatie-instrument. Het gebruik ervan blijft uitdrukkelijk subjectief gekleurd, maar wie de vragen eerlijk en met kennis van zaken beantwoordt, kan zeker een efficiënte keuze maken uit het aanbod van allerlei preventiemateriaal.
 - ❖ Dit instrument is niet wetenschappelijk uitgetest of “geijkt”, zodat er bv. ook geen kritische score (op 20) kan berekend worden, waaronder het pakket of programma als ineffectief mag bestempeld worden.
Uit ervaring blijkt evenwel dat één of meer negatieve antwoorden op elk criterium of het ontbreken van enig positief antwoord bij één criterium, een ernstige aanwijzing is om de onderzochte actie niet te implementeren.
 - ❖ Bij de beoordeling van een actie moet men vooraf het opzet, de bedoeling van die actie goed kennen.
Als een pakket bv. over roken gaat, dan betekent “breed” o.a. dat men alle facetten van het thema roken behandelt. Men scoort op dat aspect van “breed” dus niet negatief omdat het pakket zwijgt over alcohol, illegale drugs, ...
Indien bvb. een éénmalige actie wordt voorgesteld, die echter door de organisatie opgenomen wordt in een project met andere acties, dan scoort de actie op zich weliswaar negatief op dat aspect van “procesmatig”, maar het gehele project natuurlijk niet.
 - ❖ Tenslotte is het ook mogelijk om (nog sneller) acties uit te sluiten die waarschijnlijk geen of zelfs een negatief effect zullen opleveren.
Er zijn namelijk drie tegenindicaties die het tegengestelde van elk duo van criteria samenvatten.
Deze zijn:
 - éénzijdig (voor de criteria “breed” en “positief”)
 - éénmalig (voor de criteria “diepgang” en “procesmatig”)
 - extreem (voor de criteria “aangepast” en “ingebod”)Indien een actie dus duidelijk past in één of meer van de drie bovenstaande omschrijvingen, zal deze zeer waarschijnlijk (in die concrete situatie) negatieve resultaten geven, en dus beter niet uitgevoerd worden.
-