

EVALUATIE STORYTELLING ARBEIDSKANSEN

EINDRAPPORT

seo • economisch onderzoek

ResearchNed
www.researchned.nl

AUTEURS

MARIEKE DE VISSER (RESEARCHNED) & KOEN VAN DER VEN (SEO ECONOMISCH ONDERZOEK)

NIJMEGEN, MAART 2023

Samenvatting

Storytelling Arbeidskansen lijkt potentieel effectief om de positie van jongeren met een migratieachtergrond te verstevigen, vanwege de (potentiële) invloed op arbeidsmarktrelevante vaardigheden en werkexploratie waarin jongeren met een migratieachtergrond regelmatig achterlopen. Dat is in deze evaluatie echter niet aangetoond, vanwege lage aantallen en het ontbreken van een controlegroep.

Door middel van Storytelling, het werken met echte verhalen om veranderingen te stimuleren, richt het Storytelling Centre zijn trainingen op persoonlijke groei van deelnemers. Met de training Storytelling Arbeidskansen vergroten deelnemers hun arbeidskansen door meer zelfinzicht, zelfvertrouwen en "weten wat je wil". In dit onderzoek is Storytelling Arbeidskansen geëvalueerd, ten behoeve van een breder onderzoek in opdracht van NRO naar de versterking van de positie van mbo'ers met een migratieachtergrond bij de overgang naar de arbeidsmarkt.

Storytelling Arbeidskansen bestaat uit een programma van meerdere sessies van een paar uur per sessie. Tijdens de sessies worden vier fases doorlopen (teambuilding, creativiteit opwekken, bewustzijn creëren, verhalen maken en delen). In de situatie waarin de interventie is geëvalueerd voor het huidige onderzoek, waren mbo-studenten van het Nova college op zoek naar een stageplaats en moesten zij hiervoor gaan solliciteren. De interventie was gericht op het onderzoeken van de eigen passie en visie op de toekomst middels storytelling, zodat de studenten "een motivatiebrief kunnen schrijven vanuit het hart". Storytelling Arbeidskansen kan ook ingezet worden voor andere doelgroepen, zoals werkzoekenden, mensen in sociaal isolement of mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Programma's worden altijd op maat gemaakt.

De arbeidskansen van deelnemers worden mogelijk positief beïnvloed doordat de training ingrijpt op twee mechanismen. Allereerst zorgt de training ervoor dat deelnemers beter weten waar ze terecht willen komen op de arbeidsmarkt, welk beroep of welke werkgever goed bij ze past. Storytelling zet dus in op ontmoeting en werkexploratie. Daarnaast kan Storytelling zelfredzaamheid, zelfvertrouwen en andere soft skills beïnvloeden. Dat zijn arbeidsmarktrelevante vaardigheden die bij jongeren met een migratieachtergrond regelmatig minder ontwikkeld zijn.

Door middel van een vragenlijst met een voor- en nameting zijn wetenschappelijk getoetste stellingen aan deelnemers voorgelegd die zelfeffectiviteit en zelfvertrouwen meten. Echter, doordat er maar één groep mbo'ers is bevestigd zijn de aantallen erg klein (in totaal 18), met daarnaast maar een zeer klein aantal respondenten met een migratieachtergrond (n=5). Daarnaast is het niet mogelijk gebleken de vragenlijst uit te zetten bij een controlegroep mbo'ers, waardoor veranderingen over de tijd niet afgezet zijn tegen een controlegroep. Dat maakt dat er in deze evaluatie geen conclusies worden getrokken op basis van de impactmeting.

Storytelling Arbeidskansen is niet specifiek ontwikkeld om mbo'ers met een migratieachtergrond te ondersteunen bij de overgang naar de arbeidsmarkt, maar bestaande technieken en oefeningen worden voor deze doelgroep ingezet. Het vergt afstemming met de opleiding (inbedding in het curriculum) en afstemming op de doelgroep (leeftijd en spanningsboog) wil de training een succes zijn voor de deelnemers. Deskundigheid van de begeleiders helpt daarin.

Inhoudsopgave

Samenvatting		i	
1	Inleiding	1	
	1.1	Storytelling	1
	1.2	Aanpak van het onderzoek	1
2	Probleem- en interventieanalyse	3	
	2.1	Interventie	3
	2.2	Mechanismen	4
	2.3	Outcome	4
	2.4	Context	5
3	Impact van Storytelling	6	
	3.1	Data	6
	3.2	Impact training: persoonlijke groei	8
	3.3	Conclusie	10
4	Succesfactoren	11	
	4.1	Opschaling	11
	4.2	Succesfactoren	11
Referenties		13	
Bijlage A Figuren		14	

1 Inleiding

Storytelling Arbeidskansen is een training waar deelnemers werken met echte verhalen om arbeidskansen te vergroten, gericht op persoonlijke groei, zelfinzicht en zelfvertrouwen. In dit onderzoek is Storytelling Arbeidskansen geëvalueerd, ten behoeve van een breder onderzoek in opdracht van NRO naar de versterking van de positie van mbo'ers met een migratieachtergrond bij de overgang naar de arbeidsmarkt.

1.1 Storytelling

“Toegepaste storytelling is het werken met het delen van verhalen om verandering te stimuleren, zowel op persoonlijk als op sociaal-maatschappelijk vlak. Uitgangspunt hierin is een volledige eenheid van verteller en luisteraar, die - gebruikmakend van een narratieve structuur, verbeelding en het betreden van het persoonlijke, emotionele en universele domein - interactief informatie overdragen om tot een gezamenlijke en gelijkwaardige basis (common ground) te komen.” (Barel, 2020). Deze definitie vormt de basis van het werk van Storytelling Centre.

Een belangrijk uitgangspunt van Storytelling Centre¹ is dat het zich in zijn trainingen en programma's richt op persoonlijke groei van deelnemers door middel van zelfkennis en -inzicht, zelfvertrouwen en regie nemen over het eigen leven. Dat kan mensen helpen bij het vergroten van bijvoorbeeld hun arbeidskansen; de focus van deze evaluatie.

In het kader van het onderzoek 'Gelijke kansen richting de toekomst' is Storytelling Arbeidskansen één van de interventies die is onderzocht. Deze rapportage beschrijft de aanpak van het onderzoek, de uitkomsten van de CIMO-analyse en de uitkomsten van de evaluatie van de interventie. Afsluitend worden de mogelijkheden tot opschaling beschreven.

1.2 Aanpak van het onderzoek

De evaluatie van het programma Storytelling Arbeidskansen is in drie stappen uitgevoerd. Allereerst zijn gesprekken gevoerd om een probleem- en interventieanalyse te kunnen doen. Dat is gedaan door met verschillende actoren gesprekken te voeren aan de hand van een CIMO-configuratie. Via een CIMO-configuratie wordt beschreven welke mogelijkheden Storytelling Arbeidskansen biedt voor deelnemers. Hierin staat centraal in welke Context (C) de Interventies (I) leiden tot de beoogde Outcomes (O) en via welke veronderstelde Mechanismen (M) de uitkomsten worden bereikt. Daarmee geeft de CIMO een beeld van de verwachte werking van Storytelling Arbeidskansen, waarmee hypothesen voor het onderzoek kunnen worden opgesteld. Aan de hand van de CIMO is bepaald welke uitkomstmaten van belang zijn voor de volgende stap van het onderzoek, de impactmeting.

¹ <https://storytelling-centre.nl/>

Om de CIMO-configuratie uit te voeren zijn gesprekken gevoerd met medewerkers van Storytelling Centre, oud-deelnemers en docenten van het Nova College. Middels semigestructureerde gesprekken is de historie van Storytelling Arbeidskansen in beeld gebracht, zijn ervaringen in kaart gebracht en zijn overwegingen om deel te nemen aan de training besproken. Met de docenten van het Nova College is gesproken over de aanstaande groep mbo'ers die de training zal gaan volgen, met welk doel zij dat doen en waarom ze voor Storytelling gekozen hebben.

De tweede stap in het onderzoek behelst een impactmeting. Daarvoor is een concrete groep deelnemers (mbo-studenten van Nova College) betrokken in het onderzoek. De onderzoekers hebben een vragenlijst samengesteld om te laten invullen door de deelnemers in een voormeting bij de start van deelname aan het programma (de opzet van de vragenlijst is nader uitgewerkt in Paragraaf 3.1). Dezelfde vragenlijst kon als nameting aan deelnemers worden voorgelegd na afloop van het programma. Voorafgaand aan de eerste bijeenkomst met de deelnemers hebben de onderzoekers de twee betrokken docenten geïnterviewd over hun verwachtingen van de training. De onderzoekers waren niet betrokken bij de uitvoering van het programma. De begeleiders vanuit Storytelling Centre hebben de deelnemers gevraagd om tijdens de eerste en laatste bijeenkomst de digitale vragenlijst in te vullen. Hoofdstuk 3 beschrijft de uitkomsten van de metingen bij de studenten.

Het onderzoek 'Gelijke kansen richting de toekomst' richt zich met name op jongeren met een migratieachtergrond. Kort voor de start van de metingen bij de groep mbo-studenten bleek dat er minder jongeren met een migratieachtergrond in de deelnemersgroep zaten dan vooraf was verwacht. Het onderzoek is desondanks gestart, met als uitgangspunt in de loop van de tijd de metingen bij meer groepen mbo-studenten uit te voeren zodat gedurende de looptijd van het gehele onderzoek data over een grotere groep studenten met en zonder migratieachtergrond kon worden verzameld. Er is echter gedurende de looptijd van dit onderzoek geen passende mbo-groep meer geweest die het programma heeft gevolgd. De coronapandemie was hier mede debet aan. Er is als gevolg daarvan data beschikbaar van een kleine groep studenten, van wie enkele studenten met een migratieachtergrond. Door de kleine aantallen is het niet mogelijk op een betrouwbare manier toetsende statistische analyses uit te voeren. De uitkomsten worden daarom beschrijvend weergegeven. Daarnaast bleek laat in het traject dat het niet mogelijk was om metingen uit te voeren bij een controlegroep. Er zijn derhalve alleen data beschikbaar van de deelnemers aan de training.

Als laatste stap van het onderzoek is met twee trainers van Storytelling Centre gesproken over de mogelijkheden en voorwaarden voor opschaling van het programma.

2 Probleem- en interventieanalyse

Storytelling Arbeidskansen bestaat uit een programma van meerdere sessies waarin vier fases worden doorlopen (teambuilding, creativiteit opwekken, bewustzijn creëren, verhalen maken en delen). De arbeidskansen van deelnemers worden mogelijk positief beïnvloed doordat de training ingrijpt op twee mechanismen: ontmoeting en werkexploratie, en het vergroten van arbeidsmarktrelevante vaardigheden zoals zelfredzaamheid en zelfvertrouwen.

Dit hoofdstuk beschrijft op hoofdlijnen de kenmerken van de onderzochte training van Storytelling Centre aan de hand van de CIMO-configuratie. Het hoofdstuk begint met het beschrijven van de Interventie, gevolgd door Mechanisme, Outcome en als laatste beschrijven we de Context.

2.1 Interventie

Storytelling Centre biedt voor verschillende groepen verschillende, op maat gemaakte, programma's aan. In de meeste gevallen bestaat een programma uit meerdere sessies van een paar uur per sessie. Een programma bestaat uit meerdere fases:

1. teambuilding;
2. creativiteit opwekken;
3. bewustzijn creëren;
4. verhalen maken en delen.

In elk programma worden deze fases globaal in deze volgorde aangeboden. De eerste drie fases leiden samen tot de laatste fase: verhalen maken en delen. Het doorlopen van de afzonderlijke fases is nodig om de laatste fase tot een succes te maken, zo geven de aanbieders van het programma aan. Afhankelijk van de grootte van de groep deelnemers verzorgen een of twee begeleiders van Storytelling Centre de training. Programma's worden altijd op maat gemaakt. Doelgroepen zijn bijvoorbeeld scholieren, werkzoekenden, mensen in een sociaal isolement, dakloze jongeren, vluchtelingen, mensen met een grote afstand tot de arbeidsmarkt maar ook de professionals die deze doelgroepen begeleiden. Opdrachtgevers (bedrijven, gemeenten, maatschappelijke organisaties, scholen) zijn niet betrokken bij de uitvoering van de training; wel vindt er een voorbespreking van de wensen en verwachtingen plaats en is het vaak de opdrachtgever die de logistiek (ruimte regelen etc.) op zich neemt.

In de loop van de jaren is er een verschuiving in focus in de trainingen gekomen. In het begin lag deze sterker op het maken van een verhaal en de kracht van narrativiteit. Inmiddels zijn daar (afhankelijk van de doelgroep en de vraag) ook aspecten zoals teambuilding en creativiteit bijgekomen.

In de situatie waarin de interventie is geëvalueerd voor het huidige onderzoek, waren mbo-studenten van het Nova college op zoek naar een stageplaats en moesten zij hiervoor gaan solliciteren. De school vindt het belangrijk dat de studenten zich op een goede en onderbouwde manier kunnen introduceren bij een bedrijf. Naast een cv, portfolio en motivatiebrief is daarbij een positieve manier van presenteren van belang. De interventie was gericht op het onderzoeken van de eigen passie en visie op de toekomst middels storytelling, zodat de studenten "een

motivatiebrief kunnen schrijven vanuit het hart". Dit sluit aan bij wat de OECD beschrijft over het belang van 'werkzoekvaardigheden' voor een goede overstap van opleiding naar werk. Deze vaardigheden hebben betrekking op het schrijven van een motivatiebrief, het opstellen van een cv en het goed kunnen voeren van een sollicitatiegesprek (OECD, 2010). De mogelijkheden van storytelling zijn overigens breder. Zo is de werkwijze bij een andere groep ingezet om op zoek te gaan naar hun droombaan en hoe ze dat kunnen bereiken.

Voor de studenten van het Novacollege bestond de training uit vijf bijeenkomsten met hun eigen klas en twee begeleiders van Storytelling Centre. In deze vijf bijeenkomsten zijn de verschillende stappen doorlopen van het Storytellingprogramma zoals hierboven beschreven. De bijeenkomsten vonden plaats op het Novacollege en waren ingeroosterd in het onderwijsprogramma van de leerlingen.

2.2 Mechanismen

Storytelling werkt vanuit het uitgangspunt dat mensen via hun eigen verhaal kunnen onderzoeken waar hun kracht ligt: "Door je eigen verhaal beter te kennen, werk je aan mentale weerbaarheid en weet je beter waar je voor staat. Dat kan uiteindelijk helpen in je toekomstige stappen". Zo kan het ook bijdragen aan het vergroten van arbeidskansen van deelnemende jongeren. Met arbeidskansen wordt hier bedoeld dat de jongeren terecht komen waar ze terecht willen komen omdat ze via Storytelling hebben kunnen onderzoeken, ontdekken en expliciteren wat ze willen. Dit sluit aan bij een van de verklaringen voor een succesvolle overgang naar de arbeidsmarkt zoals uiteengezet in de eerste stap van dit onderzoek: ontmoeting en werkexploratie, waarin het belang wordt geschetst voor studenten van het goed nagaan welk beroep en welke werkgever goed bij hen passen.

Daarnaast kan Storytelling zelfredzaamheid, zelfvertrouwen en andere soft skills beïnvloeden. Dat zijn arbeidsmarktrelevante vaardigheden die bij jongeren met een migratieachtergrond regelmatig meer aandacht nodig hebben om ze goed te ontwikkelen (Bisschop et al., 2021). Ieder mens, zo is het uitgangspunt, heeft een persoonlijk verhaal en storytelling stelt mensen in staat dat te ontdekken. Het is daardoor een persoonlijke aanpak en iedereen kan het doen. Een van de deelnemers beschrijft dat de werkwijze deelnemers brengt in het 'hier en nu'. Een deelnemer helpt middels het eigen verhaal een andere deelnemer en vice versa, "Je hoort daardoor bij de groep. Dan denk je niet over de lange termijn, maar over het proces en de relatie in de groep." Het kennen van het eigen verhaal en het delen daarvan met anderen, geeft de studenten een startpunt om vanuit die kennis en ervaring zichzelf goed te presenteren in het contact met stagebieders. Het doel is dat deelnemers veel beter hun eigen verhaal kennen na de training. Waar sta ik voor? Wat zijn mijn waardes en talenten? "Dan kunnen ze een betere keuze maken over hun toekomst, in dit geval hun stageplek. Een stageplek die bij ze past en waar ze plezier aan beleven. Niet alleen een betere keuze maken, je kan jezelf ook beter presenteren."

Mechanismen:

- Ontmoeting en werkexploratie: beter weten waar ze op de arbeidsmarkt terecht willen komen.
- Verkrijgen arbeidsmarktrelevante vaardigheden: zelfredzaamheid, zelfvertrouwen, zelfinzicht, etc.

2.3 Outcome

Storytelling Centre streeft ernaar dat de deelnemers persoonlijke groei doormaken, dat hun zelfkennis en -inzicht en hun zelfvertrouwen groeien en dat zij regie nemen over hun eigen leven. De begeleiders benoemen ook dat storytelling een effectief middel is, maar "geen wondermiddel dat overal voor werkt". Een belangrijke voorwaarde waaronder storytelling succesvol kan zijn, is om het programma te laten plaatsvinden in een gesloten, veilige

omgeving. Dan kunnen de deelnemers volledig 'loskomen' en zo het maximale uit storytelling halen. Het gaat immers om persoonlijke verhalen die gedeeld worden.

Het kunnen loskomen wordt ook beïnvloed door de mate van affiniteit en ervaring van de begeleider met de deelnemers. Iedere groep deelnemers vraagt om een eigen manier van benaderen en communiceren. Als dat goed gebeurt is het waarschijnlijker dat de veilige omgeving geboden kan worden waarin deelnemers kunnen slagen. Het is ook voor te stellen dat wanneer het contact tussen deelnemers en trainer minder goed verloopt, dat de uitkomst van de training suboptimaal is.

Een bijeffect van de training is dat deze voor deelnemers soms meer losmaakt dan de begeleiders aankunnen. Storytelling Centre heeft een netwerk van therapeuten naar wie deelnemers, als zich dit voordoet, doorverwezen kunnen worden.

2.4 Context

De oprichters van Storytelling Centre komen uit de theaterwereld en leerden daar de kracht van het vertellen van verhalen kennen. Een kleine tien jaar geleden zijn zij gaan onderzoeken wat er nog meer mogelijk is met storytelling. Er was dus niet een specifiek probleem rondom jongeren en arbeidsmarktkansen dat om een oplossing vroeg en waarvoor deze interventie is ontwikkeld. Er was vooral het vermoeden dat storytelling ook buiten het theater meerwaarde kon hebben voor mensen. Vaak is het proces voor het ontwikkelen van een interventie andersom: er is een probleem en er wordt een interventie ontwikkeld om dit op te lossen. Bij Storytelling was de methode er al en is deze toegepast op een probleem in een heel andere context.

Sinds de oprichting richt Storytelling Centre zich met name op kwetsbare groepen en opdrachten met een maatschappelijk/sociaal karakter. Dat zijn uiteenlopende groepen en opdrachten. Storytelling blijkt daarmee een aanpak die als middel kan worden ingezet bij verschillende groepen of doelstellingen. Zo ook voor het helpen van jongeren bij het vergroten van hun arbeidsmarktperspectieven.

3 Impact van Storytelling

Door middel van een vragenlijst met een voor- en nameting zijn wetenschappelijk getoetste stellingen aan deelnemers voorgelegd die zelfeffectiviteit en zelfvertrouwen meten. Er is maar één groep mbo'ers bevraagd (in totaal 18), en het is niet mogelijk gebleken om de vragenlijst uit te zetten bij een controlegroep. Dat maakt dat er in deze evaluatie geen conclusies worden getrokken op basis van de impactmeting.

Dit hoofdstuk beschrijft de uitkomsten van de vragenlijsten die zijn ingevuld door deelnemers aan het programma. Het gaat hierbij om een groep studenten van het Nova college van de Opleiding interieuradviseur niveau 4, tweede leerjaar (2 klassen). Deze groep heeft voorafgaand en na afloop van het programma een vragenlijst ingevuld. Hierin zijn verschillende stellingen aan hen voorgelegd met als doel om in kaart te brengen of en in welke mate zij zich tijdens de looptijd van het programma hebben ontwikkeld op het gebied van zelfkennis en -inzicht, zelfvertrouwen en het durven nemen van regie over het eigen leven. In dit hoofdstuk beschrijven we de aanpak en uitkomsten van het onderzoek daarnaar. Daarbij besteden we specifiek aandacht aan deelnemers met een niet-westerse migratieachtergrond.

3.1 Data

In totaal hebben 18 deelnemers de vragenlijst zowel voorafgaand aan het programma als achteraf ingevuld. Van hen hebben er vijf een niet-westerse migratieachtergrond. Het is van belang de resultaten met voorzichtigheid te interpreteren, omdat dit lage respondentenaantal van invloed is op de betrouwbaarheid van de resultaten. Voordat de resultaten kunnen worden geschetst, wordt hieronder allereerst beschreven welke variabelen zijn gebruikt in de analyses en hoe deze variabelen zijn gevormd.

Uitkomstmaten

Gezien de doelen van het Storytelling-programma, hebben we gekozen voor de uitkomstmaten zelfkennis en -inzicht, zelfvertrouwen. Zelfeffectiviteit heeft betrekking op het geloof in eigen kunnen en in de eigen invloed om succesvol te zijn; zelfvertrouwen heeft betrekking op het gevoel van eigenwaarde. Om deze uitkomstmaten te meten is gebruik gemaakt van vragenlijsten. Deelnemers hebben in zowel de voor- als nameting onder meer aangegeven in welke mate zij het eens waren met 27 stellingen. Twintig van deze stellingen zijn ontleend aan bestaande vragenlijsten die gaan over zelfeffectiviteit en zelfvertrouwen. Zelfeffectiviteit is gemeten middels de Dutch General Self Efficacy vragenlijst (Schwarzer & Jerusalem, 1991). Zelfvertrouwen is gemeten middels stellingen gebaseerd op twee subschalen uit de State Self-Esteem Scale (Heatherton & Polivy, 1991). Om te komen tot een overzichtelijk resultaat is bekeken of de indeling in deze twee categorieën ook in dit onderzoek kan worden gehanteerd, waarna zeven stellingen zouden resterend die niet in een categorie zijn in te delen en die elk afzonderlijk worden geanalyseerd. De betrouwbaarheid van de twee schalen 'zelfeffectiviteit' en 'zelfvertrouwen' is getoetst aan de hand van de Cronbach's alfa. Beide hoofdcategorieën zijn betrouwbare schalen gebleken waarmee analyses kunnen worden uitgevoerd. Tabel 3.1 geeft de stellingen uit de vragenlijst weer, uitgesplitst naar de twee categorieën uit de twee bestaande instrumenten en naar overige stellingen. De waarden van de Cronbach's alfa zijn tevens opgenomen in Tabel 3.1.

De schaalscores zijn tot slot gevormd door per deelnemer het gemiddelde te nemen van de score op alle stellingen binnen de betreffende schaal. De overige stellingen (die niet bij een bestaande schaal horen) worden elk apart geanalyseerd. Voor alle uitkomstmaten geldt dat men minimaal een 0 en maximaal een 4 kan scoren, waarbij een hogere score een positiever zelfbeeld betekent. In het geval van de schalen: een hogere score betekent dat er sprake is van meer zelfeffectiviteit dan wel meer zelfvertrouwen. In het geval van de overige stellingen: een score van 0 betekent dat de persoon het helemaal oneens is met de stelling, een score van 4 betekent dat de persoon het helemaal eens is met de stelling.

Tabel 3.1 Stellingen uit de vragenlijst onderverdeeld naar categorieën

Zelfeffectiviteit Cronbach's alfa = 0,913 (voormeting) en 0,832 (nameting)	Zelfvertrouwen Cronbach's alfa = 0,869 (voormeting) en 0,769 (nameting)	Overige
Het lukt me altijd moeilijke problemen op te lossen, als ik er genoeg moeite voor doe.	Ik voel me zelfverzekerd over wat ik kan	Ik durf makkelijk te praten in een groep
Als iemand mij tegenwerkt, vind ik toch manieren om te krijgen wat ik wil.	Ik maak me geen zorgen of ik als een succes of mislukking word beschouwd*	Ik vind het makkelijk om mijzelf uit te drukken
Het is voor mij makkelijk om vast te houden aan mijn plannen en mijn doel te bereiken.	Ik heb het gevoel dat ik gerespecteerd word	Ik ken mijn klasgenoten goed
Ik vertrouw erop dat ik onverwachte gebeurtenissen doeltreffend aanpak.	Ik voel me zelfbewust (ik ken mezelf goed)	Ik weet goed wat ik wil
Dankzij mijn vindingrijkheid weet ik hoe ik in onvoorziene situaties moet handelen.	Ik ben tevreden met mijzelf*	Ik zie mijn toekomst positief tegemoet
Ik kan de meeste problemen oplossen als ik er de nodige moeite voor doe.	Ik maak me geen zorgen over wat andere mensen van mij denken*	Ik voel me op mijn gemak op mijn opleiding
Ik blijf kalm als ik voor moeilijkheden kom te staan omdat ik vertrouw op mijn vermogen om problemen op te lossen.	Ik heb het gevoel dat ik dingen begrijp	Ik vind mijzelf best creatief
Als ik geconfronteerd word met een probleem, heb ik meestal meerdere oplossingen.	Ik voel me op dit moment niet minder dan anderen*	
Als ik in een benarde situatie zit, weet ik meestal wat ik moet doen.	Ik maak me geen zorgen over de indruk die ik maak*	
Wat er ook gebeurt, ik kom er wel uit	Ik heb het gevoel dat het goed met me gaat	

* In de vragenlijst waren deze stellingen negatief geformuleerd (bijvoorbeeld: 'Ik maak me zorgen' in plaats van 'Ik maak me geen zorgen'). Voor de analyses zijn deze stellingen gespiegeld zodat ze positief geformuleerd zijn.

Migratieachtergrond

Onderdeel van het onderzoek is om na te gaan hoe de persoonlijke ontwikkeling is verlopen voor in het bijzonder mensen met een migratieachtergrond die aan de training hebben deelgenomen. Daarvoor wordt gebruik gemaakt van de definities zoals het Centraal Bureau voor de Statistiek deze heeft geformuleerd:

- Migratieachtergrond: "Een persoon heeft een migratieachtergrond als ten minste één van de ouders in het buitenland is geboren."
- Niet-westerse migratieachtergrond: "Een persoon met als migratieachtergrond één van de landen in Afrika, Latijns-Amerika en Azië (exclusief Indonesië en Japan) of Turkije."

In de eerste vragenlijst is aan de deelnemers gevraagd in welk land de ouder(s) geboren is/zijn. Per ouder konden de respondenten de volgende antwoorden geven:

- Nederland
- Europa (behalve Nederland en Turkije), Noord-Amerika, Indonesië, Japan, Australië, Nieuw-Zeeland of Pacific-eilanden
- Turkije, Marokko, Afrika, Azië (behalve Indonesië en Japan) of Latijns-Amerika
- N.v.t./weet ik niet
- Wil ik niet zeggen

Op basis van deze vragen is een variabele gemaakt die aangeeft of een respondent een niet-westerse migratieachtergrond heeft. Wanneer een respondent aangeeft dat ten minste één ouder is geboren in Turkije, Marokko, Afrika, Azië (behalve Indonesië en Japan) of Latijns-Amerika, krijgt hij of zij een waarde 1: 'niet-westerse migratieachtergrond'. Wanneer de respondent voor beide ouders 'Nederland' en/of 'Europa (behalve Nederland en Turkije), Noord-Amerika, Indonesië, Japan, Australië, Nieuw-Zeeland of Pacific-eilanden' invult, krijgt hij of zij de waarde 0: 'Nederlands of westerse migratieachtergrond'.

Ten slotte waren er twee respondenten die niet wilden zeggen in welk land hun ouders geboren zijn of die dit niet wisten/bij wie het niet van toepassing was. Zij zijn niet meegenomen in de analyses) omdat de migratieachtergrond niet kan worden vastgesteld. Na verwijdering van deze respons resteren de eerder genoemde 18 respondenten waarvan er 5 een niet-westerse migratieachtergrond hebben.

3.2 Impact training: persoonlijke groei

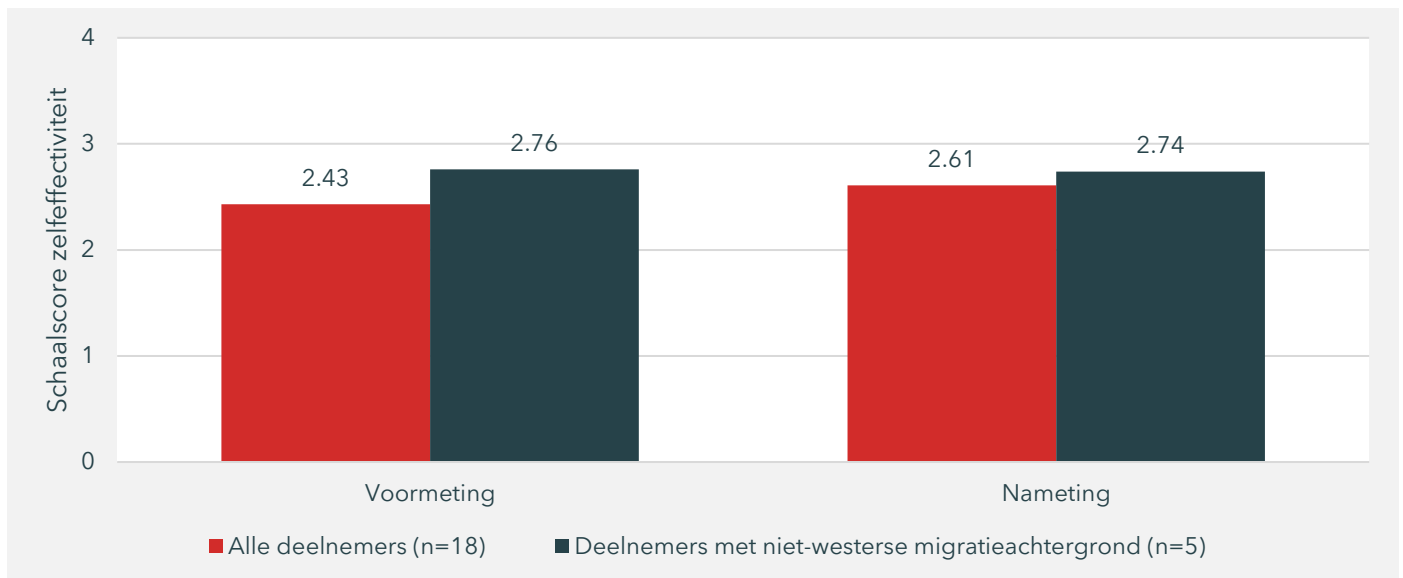
In dit onderzoek is nagegaan in hoeverre respondenten voorafgaand aan deelname aan het programma anders over hun zelfbeeld oordelen dan achteraf. Zo wordt in kaart gebracht of de deelnemers zich ontwikkelen door deelname aan het programma. Hetzelfde wordt onderzocht voor uitsluitend de deelnemers met een niet-westerse migratieachtergrond. De resultaten van deze analyses worden hieronder per uitkomstmaat beschreven.

Zelfeffectiviteit

Voor aanvang van het programma scoren de deelnemers gemiddeld een 2,4 op de schaal van zelfeffectiviteit (zie Figuur 3.1). Wanneer enkel de deelnemers met een niet-westerse migratieachtergrond worden geanalyseerd, blijkt dat zij gemiddeld een 2,8 scoorden voorafgaand aan de cursus. Bij de stellingen waarmee deze schaal is geconstrueerd liepen de antwoordmogelijkheden van 0 'helemaal mee oneens' tot 4 'helemaal mee eens'. Een gemiddelde score op deze schaal van tussen de 2 en 3 houdt dan ook in dat de deelnemers het gemiddeld genomen 'niet eens, noch oneens' tot 'eens' waren met de stellingen over zelfeffectiviteit. Overwegend geven zij daarmee aan dat zij enig vertrouwen hebben in hun eigen kunnen om invloed uit te oefenen op hun omgeving.

De mbo'ers met een niet-westerse migratieachtergrond scoren na afloop van de training gemiddeld genomen nagenoeg hetzelfde als in de voormeting: een 2,8 respectievelijk een 2,7. De totale groep deelnemers heeft op zelfeffectiviteit een score van 2,4 in de voormeting en 2,8 in de nameting.

Figuur 3.1 Bij de hele groep is er een stijging van de gemiddelde schaalscore zelfeffectiviteit, maar de aantallen zijn erg laag



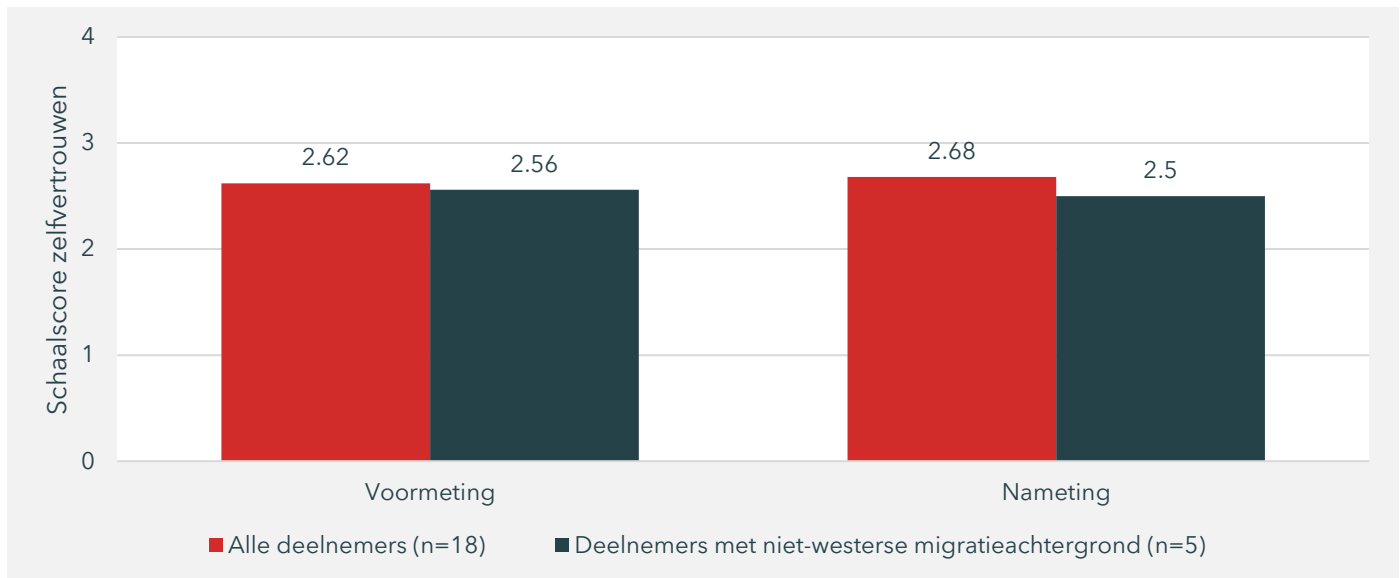
Bron: Vragenlijst Storytelling Arbeidskansen Nova College, ResearchNed en SEO (2021)

Zelfvertrouwen

Uit Figuur 3.2 is op te maken dat alle deelnemende mbo'ers in de meting voorafgaand aan deelname aan het programma gemiddeld een 2,6 scoorden op de vragenlijst rondom zelfvertrouwen. Wanneer enkel gekeken wordt naar de deelnemers met een niet-westerse migratieachtergrond is deze score hetzelfde. Ook op deze schaal houdt een score tussen de 2 en 3 in dat deelnemers het overwegend 'niet eens, noch oneens' tot 'eens' waren met de stellingen waarmee het zelfvertrouwen is gemeten. Dit betekent dat de deelnemers ook enig vertrouwen hebben in hun eigen kunnen in het algemeen.

Na afloop van het programma scoren alle deelnemers samen een 2,7 gemiddeld op de schaal voor zelfvertrouwen. Onder deelnemers met een niet-westerse migratieachtergrond bedraagt het gemiddelde op de schaal een 2,5 in de nameting.

Figuur 3.2 De verschillen in schaalscore zelfvertrouwen zijn klein



Bron: Vragenlijst Storytelling Arbeidskansen Nova College, ResearchNed en SEO (2021)

Overige stellingen

Figuur A.1 in de bijlage geeft de resultaten met betrekking tot alle overige stellingen weer. Er lijkt een tendens naar iets hogere scores na afloop van de training dan bij aanvang (zoals eerder toegelicht is dat niet statistisch getoetst). Op basis van de scores lijkt bij geen van de stellingen het aandeel respondenten dat het er (helemaal) mee eens is afgenomen.

3.3 Conclusie

Met deze analyse is nagegaan of en in welke mate respondenten zich tijdens de looptijd van het programma Storytelling Arbeidskansen hebben ontwikkeld op het gebied van zelfkennis en -inzicht, zelfvertrouwen en het durven nemen van regie over het eigen leven. Daarbij is in het bijzonder gekeken naar jongeren met een niet-westerse migratieachtergrond. Voor het onderzoek hebben in totaal 18 deelnemers voorafgaand aan en na afloop van het programma een vragenlijst ingevuld met stellingen over deze onderwerpen. Vijf van deze deelnemers hebben een niet-westerse migratieachtergrond.

In de groep als geheel vindt men zichzelf na deelname aan het programma vaker best creatief, durft men vaker makkelijk te praten in een groep, weet men vaker goed wat diegene wil en voelt men zich vaker op zijn of haar gemak op de opleiding. Hoewel de resultaten op het eerste oog een stijging van een deel van de scores tussen de voor- en nameting laten zien, is er gezien de kleine aantallen geen zekerheid over of dit een werkelijke verandering in plaats van een toevallig verschil betreft. Ook bleek het niet mogelijk om de vragenlijst uit te zetten onder een controlegroep. De waargenomen stijging hebben we dus niet af kunnen zetten tegen een controlegroep.

4 Succesfactoren

Storytelling Arbeidskansen is niet specifiek ontwikkeld om mbo'ers met een migratieachtergrond te ondersteunen bij de overgang naar de arbeidsmarkt, maar bestaande technieken en oefeningen worden voor deze doelgroep ingezet. Het vergt afstemming met de opleiding (inbedding in het curriculum) en afstemming op de doelgroep (leeftijd en spanningsboog) wil de training een succes zijn voor de deelnemers. Deskundigheid van de begeleiders helpt daarin.

Als laatste stap in het onderzoek is met de personen achter Storytelling gesproken over succesfactoren en de mogelijkheden tot opschaling. Dat geeft aanvullend inzicht in de werking van de interventie.

4.1 Opschaling

Voor de mogelijkheden tot opschaling is allereerst de context van Storytelling Centre zelf van belang. In de laatste fase van de Covid-pandemie, toen de samenleving weer 'open' ging, is Storytelling Centre sterk gegroeid. De vraag naar de programma's nam snel toe toen weer fysieke ontmoetingen georganiseerd mochten worden. Door die ontwikkeling is het op grotere schaal aanbieden van het programma Storytelling Arbeidskansen, om de arbeidskansen van mbo'ers bij het betreden van de arbeidsmarkt te vergroten, nog niet gelukt.

Voor de mogelijkheden tot opschaling is relevant in hoeverre Storytelling Arbeidskansen inzetbaar is voor verschillende doelgroepen. In de ervaring van het Storytelling Centre zelf zijn de technieken en oefeningen breed toepasbaar, ze worden immers al jaren ingezet voor veel verschillende doelgroepen. Het programma is niet ontstaan om mbo'ers met een migratieachtergrond te ondersteunen bij de overgang naar de arbeidsmarkt, maar bestaande technieken en oefeningen worden voor deze doelgroep ingezet. Het kennen van het eigen verhaal kan voor iedereen behulpzaam zijn bij het maken van beter 'doorleefde' keuzes en het overtuigend presenteren van zichzelf aan anderen (bijvoorbeeld een stagebieder).

4.2 Succesfactoren

Afstemmen op doelgroep

De begeleiders vanuit het Storytelling Centre ervaren dat vragen als 'wie ben ik en waarom wil ik dit' in het mbo-curriculum minder aan bod komen dan in bijvoorbeeld het hbo. Mbo-studenten zijn daarnaast jonger dan de andere doelgroepen waar Storytelling Centre mee werkt. De begeleiders geven aan dat beide zaken van invloed kunnen zijn op de diepte die bereikt kan worden in een training. Goed afstemmen op leeftijd en op de opleiding die deelnemers volgen, is daarmee volgens hen belangrijk. Dit betreft ook de soort opdrachten: afwisseling, werken met video, activerende werkvormen. Het gaat om het maken van bewuste keuzes met de doelgroep in gedachten.

Afstemmen met opleiding

Dit raakt vervolgens ook aan inbedding in de opleiding; Storytelling Centre wil geen 'uurtjes vullen' in het onderwijs en vindt inbedding van het programma in de opleiding die studenten volgen van belang om de meerwaarde te

kunnen laten ervaren door de deelnemers. Daarbij concludeert Storytelling Centre dat een plek wat later in het opleidingsprogramma mogelijk passender is dan in het eerste of tweede jaar; in die opleidingsjaren zijn er meer studenten in een groep die nog twijfelt of de opleiding die ze volgen wel de juiste voor ze is.

Dynamiek in de groep

Daarnaast is de groepsdynamiek een factor om rekening mee te houden. Een levendige en meer expressieve groep kan makkelijker worden meegenomen in het programma dan een minder expressieve groep. Het gaat daarbij ook om het zoeken naar balans in een groep. Gedrag van een deelnemer dat het groepsproces sterk beïnvloedt kan verstorend werken en/of de veilige omgeving aantasten. Die veiligheid is belangrijk voor het verloop van het programma, noemen de begeleiders. Het delen van persoonlijke verhalen vraagt vertrouwen dat de verhalen in goede handen zijn bij de andere deelnemers. Als een groep homogener is, kan dit bijdragen aan het gevoel van veiligheid.

Deskundigheid begeleiders

Aan de kant van de begeleiders is van belang dat zij deskundig en empathisch zijn. Dit is nodig om te weten hoe de oefeningen ingezet kunnen worden en waarom, en hoe ze worden afgerond en "hoe ver je als begeleider kunt gaan", met behoud van een constructieve groepsdynamiek. Het begeleiden van de programma's kan mentaal belastend zijn. De begeleider moet na de training ook daarom ook 'de deur weten dicht te trekken'. Een andere factor om rekening mee te houden is de achtergrond van de begeleiders. Storytelling Centre kiest voor het werken met duo's van begeleiders met en zonder migratieachtergrond en vermoedt dat dit een positieve invloed heeft op deelnemers. Hoewel we dit hier niet hebben onderzocht, zou dit met name in groepen waar relatief weinig mensen met een migratieachtergrond deel van uitmaken, zo kunnen werken volgens de begeleiders.

Referenties

Barel, A. (2020). *Storytelling en de wereld*. Amsterdam: IT&FB

Bisschop, P., Baarda, R., Crul, M., Essanhaji, Z., van Kesteren, J., Muja, A., Prevoo, T., van der Ven, K., de Visser, M., & ter Weel, B. (2021). *Naar een betere startpositie op de arbeidsmarkt*. SEO-rapport nr. 2021-64. Amsterdam: SEO Economisch Onderzoek

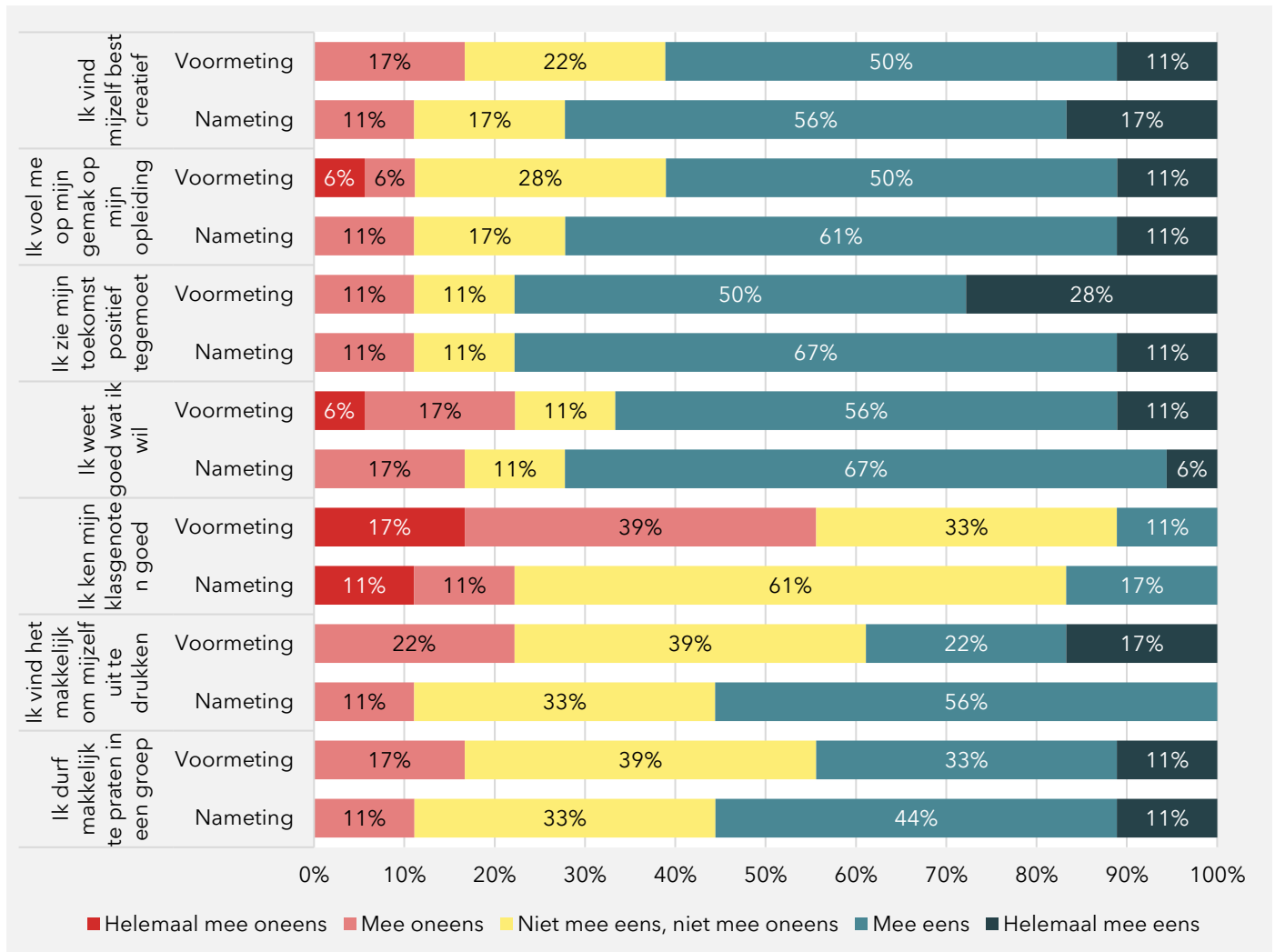
OECD (2010). *Equal opportunities? The Labour Market Integration of the Children of Immigrants*. Parijs: OECD Publishing

Schwarzer, R., & Jerusalem, M. (1995). Generalized Self-Efficacy scale. In J. Weinman, S. Wright, & M. Johnston, *Measures in health psychology: A user's portfolio. Causal and control beliefs* (pp. 35-37). Windsor, UK: NFER-NELSON.

Heatherton, T. F. & Polivy, J. (1991). Development and validation of a scale for measuring state self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 895-910.

Bijlage A Figuren

Figuur A.1 Stellingen Storytelling



Bron: Vragenlijst Storytelling Arbeidskansen Nova College, ResearchNed en SEO (2021)



“De wetenschap dat het goed is.”

SEO Economisch Onderzoek doet onafhankelijk toegepast onderzoek in opdracht van overheid en bedrijfsleven. Ons onderzoek helpt onze opdrachtgevers bij het nemen van beslissingen. SEO Economisch Onderzoek is gelieerd aan de Universiteit van Amsterdam. Dat geeft ons zicht op de nieuwste wetenschappelijke methoden. We hebben geen winstoogmerk en investeren continu in het intellectueel kapitaal van de medewerkers via promotietrajecten, het uitbrengen van wetenschappelijke publicaties, kennisnetwerken en congresbezoek.

SEO-rapport 2023-72

ISBN 978-90-5220-301-0

Informatie & Disclaimer

SEO Economisch Onderzoek heeft op de verkregen informatie en data geen onderzoek uitgevoerd dat het karakter draagt van een accountantscontrole of due diligence. SEO is niet verantwoordelijk voor fouten of omissies in de verkregen informatie en data.

Copyright © 2023 SEO Amsterdam.

Alle rechten voorbehouden. Het is geoorloofd gegevens uit dit rapport te gebruiken in artikelen, onderzoeken en collegesyllabi, mits daarbij de bron duidelijk en nauwkeurig wordt vermeld. Gegevens uit dit rapport mogen niet voor commerciële doeleinden gebruikt worden zonder voorafgaande toestemming van de auteur(s). Toestemming kan worden verkregen via secretariaat@seo.nl.

Roetersstraat 29
1018 WB, Amsterdam

+31 20 399 1255
secretariaat@seo.nl
www.seo.nl