Maak een impactnarratief met de informatie die je door het volgen van de modules verzamelt. Dit werkboek helpt je bij het efficiënt verzamelen van alle informatie voor het ontwikkelen van een narratief. Het bevat voorbeelden en tips om jouw denken en schrijven op gang te brengen. Je kunt deze voorbeelden en tips verwijderen zodra je klaar bent met het invullen van het werkboek.

# **Impact Narrative ToolWerkboek ‘Wetenschap’**

**Tip:** De verschillende modules helpen je bij het beantwoorden van de vragen. In het bijzonder module 4, waar je een interview protocol vindt om informatie te verzamelen, is daarbij behulpzaam.

|  |
| --- |
| Module 1: Wat is impact? |
| Probeer na het bekijken van de video in Module 1 de volgende vraag te beantwoorden:Aan welke duurzame verandering die de levens van mensen positief beïnvloedt, werken jullie?Klik of tik hier om tekst in te voeren.*Voorbeeld:* Een vermindering van 50% van het percentage mensen in Delft dat rookt tijdens de zwangerschap.*Tip:* Wees specifiek, door bijvoorbeeld een cijfer, stad of regio, of concrete groep mensen te benoemen. |

|  |
| --- |
| Module 2: Wat is een impactnarratief? |
| Nu je de video in Module 2 hebt bekeken:Wat is jullie rol bij het realiseren van de duurzame verandering die je hebt geformuleerd als antwoord op de vraag uit module 1?Klik of tik hier om tekst in te voeren.*Voorbeeld 1:* Via onderzoek naar de communicatie van gezondheidseffecten ontwikkelen we inzichten over welke communicatiestrategieën het beste werken voor verschillende groepen zwangere mensen.*Voorbeeld 2:* Als beleidsmaker bij Gemeente Delft ontwikkelen ik en collega’s programma's die buurtcentra ondersteunen bij het organiseren van gespreksavonden over kindergezondheid voor zwangere mensen.*Tip:* Wees realistisch. Onderschat je rol niet, maar overschat deze ook niet. Als jullie inspanningen ook samenwerking met anderen betreft, benoem dit dan. |

|  |
| --- |
| Module 3: Wat zijn de elementen van een impactnarratief? |
| Een impactnarratief bestaat uit vijf elementen die je narratief efficiënt structureren. Probeer de vragen voor elk element te beantwoorden.*Tip:* Maak je geen zorgen als je vastloopt! Module 4 ondersteunt je bij het systematisch verzamelen van informatie voor het narratief. Na module 4 kun je jouw antwoorden bovendien nog herzien. |
| 1. Het maatschappelijk probleem
 |
| Wat is het maatschappelijke probleem waar jullie aan werken?Klik of tik hier om tekst in te voeren.*Voorbeeld*: Van alle zwangere mensen die in Delft wonen, rookt 20% tijdens de zwangerschap. Dit veroorzaakt vroeggeboorte en een lager geboortegewicht, die later in het leven verband houden met gezondheids- en sociale problemen.*Tip*: Wees specifiek bij het beschrijven van het maatschappelijke probleem door relevante gegevens en mogelijke gevolgen van het probleem op te nemen, om de relevantie en zelfs urgentie onder de aandacht te brengen. |

|  |
| --- |
| 1. **De betrokken mensen, groepen en organisaties**
 |
| **Wie zijn de mensen en organisaties die het nauwst betrokken zijn bij dit maatschappelijk probleem?**Klik of tik hier om tekst in te voeren.*Voorbeelden:* Beleidsmakers en de wethouder verantwoordelijk voor jeugdzorg bij Gemeente Delft, informele leiders en verloskundigen in de Delft, een communicatiebureau, onderzoekers op het gebied van gezondheidscommunicatie aan de Erasmus Universiteit Rotterdam, onderzoekers gynaecologie en verloskunde bij het Erasmus Medisch Centrum Rotterdam.*Tip: W*ees specifiek. In plaats van 'beleidsmakers', schrijf je 'beleidsmakers verantwoordelijk voor de jeugdzorg bij de gemeente Delft'. Als je toestemming hebt, kun je zelfs hun naam/namen vermelden. |

|  |
| --- |
| 1. **De rol van jou en/of de organisatie**
 |
| **Wat zijn jullie inspanningen om het probleem op te lossen?**Klik of tik hier om tekst in te voeren.*Voorbeeld 1:* Via onderzoek naar de communicatie van gezondheidseffecten ontwikkelen we inzichten over welke communicatiestrategieën het beste werken voor verschillende groepen zwangere mensen. Nadat we vier papers over dit onderwerp hadden gepubliceerd, presenteerden we ons werk op de nationale conferentie 'Kansrijke Start'. Daar ontmoetten we een beleidsmaker bij de gemeente Delft die verantwoordelijk is voor de jeugdzorg. Dit leidde tot een samenwerking met de Gemeente Delft en een ontwerpbureau in Schiedam, waarin we een nieuwe interventie ontwikkelden en implementeerden die rekening houdt met de communicatievoorkeuren van verschillende groepen zwangere mensen.*Tip 1:* Wees realistisch. Onderschat jullie rol niet, maar overschat deze ook niet.*Tip 2*: Wees niet bang om heel gedetailleerd te zijn! Bovenstaand voorbeeld kan worden uitgebreid door bijvoorbeeld de datum van de conferentiepresentatie, het aantal vervolggesprekken en de titel van de interventie op te nemen. |

|  |
| --- |
| 1. **De duurzame verandering**
 |
| **Aan welke duurzame verandering die de levens van mensen positief beïnvloedt, werken jullie?** Klik of tik hier om tekst in te voeren.*Voorbeeld:* Een vermindering van 50% van het percentage mensen in de gemeente Delft dat rookt tijdens de zwangerschap.*Tip 1:* Bekijk het antwoord dat je hebt gegeven op de vraag in module 1. Wil je nog wijzigingen aanbrengen? Als dit niet het geval is, kun je het antwoord eenvoudig kopiëren en hier plakken.*Tip 2:* Cijfers kunnen inzichtelijk zijn, maar vertellen niet altijd het hele narratief; persoonlijke verhalen kunnen net zo krachtig zijn. |

|  |
| --- |
| 1. **Het bewijs van de verandering(en)**
 |
| **Wat is het bewijs voor de oplossing van het probleem?**Klik of tik hier om tekst in te voeren.*Voorbeeld 1:* Uit onderzoek blijkt dat de huidige communicatiestrategieën die zich richten op zwangere mensen slechts 37% van de doelgroep bereiken. Dit percentage laat zien dat het verbeteren van communicatiestrategieën weleens een belangrijke sleutel tot het oplossen van het probleem kan zijn. *Voorbeeld 2:* De Gemeente Delft heeft € 100.000 ter beschikking gesteld voor het organiseren van gespreksavonden over kindergezondheid voor zwangere mensen.*Voorbeeld 3:* Informele leiders in Delft hebben 50 discussieavonden georganiseerd over kindergezondheid voor zwangere mensen. In totaal zijn deze avonden door 768 personen bezocht.*Voorbeeld 4:* Verloskundigen in Delft melden een afname van 43% van het aantal mensen dat rookt tijdens de zwangerschap sinds de gespreksavonden.*Voorbeeld 5*: In een enquête onder alle mensen die hun zwangerschap hebben gemeld bij hun huisarts in Delft, geeft 9,3% aan tijdens hun zwangerschap te hebben gerookt.*Tip:* Zoals de voorbeelden laten zien is impact een proces dat uit vele stappen bestaat. Zelfs als de definitieve duurzame verandering nog niet tot stand is gebracht, kun je nog steeds laten zien dat je op de goede weg bent. |

|  |
| --- |
| 1. **Aanvullende informatie (optioneel )**
 |
| Motivatie **Hebben jullie (persoonlijke) motivaties die een rol hebben gespeeld in het impactnarratief?**Klik of tik hier om tekst in te voeren.Uitdagingen en grootste lessen die je hebt**Wat zijn de uitdagingen of obstakels die jullie tegenkwamen tijdens de impactinspanningen? Zijn deze verholpen? Zo ja, hoe hebben jullie dat gedaan? Wat zijn tot nu toe de grootste lessen die jullie over het proces hebben geleerd?**Click or tap here to enter text. |
| Volgende stappen **Wat zijn de volgende stappen die jullie willen nemen? Wat vraagt eerst om nadere verdieping? Hoe zou de ideale toekomst eruitzien?**Click or tap here to enter text. |

|  |
| --- |
| Module 4: Informatie verzamelen |
| Ben je klaar met het verzamelen van informatie? Bekijk dan de antwoorden die je hebt gegeven op de vragen die deel uitmaken van module 3.Wil of moet je jouw antwoorden op de vragen uit module 3 herzien?Klik of tik hier om tekst in te voeren.*Voorbeeld:*Een deel van je eerdere antwoord op vraag 3 van module 3:“Dit leidde tot een samenwerking met Gemeente Delft, een ontwerpbureau in Schiedam, waarin we een nieuwe interventie ontwikkelden en implementeerden die rekening houdt met de communicatievoorkeuren van verschillende groepen zwangere mensen.”Verzamelde informatie:Uit het interview met het ontwerpbureau bleek dat de inbreng van een groep van vijf vrouwen een belangrijke rol speelde bij het vormgeven van de interventie op basis van hun ervaringen en kennis van hun gemeenschap. Zonder hen zou de interventie minder effectief zijn geweest.Nieuw antwoord op vraag 3 van module 4.“Dit leidde tot een samenwerking tussen met Gemeente Delft en een ontwerpbureau in Schiedam, waarin we een nieuwe interventie ontwikkelden en implementeerden die rekening houdt met de communicatievoorkeuren van verschillende groepen zwangere mensen. Vijf vrouwen deelden hun ervaringen en kennis van hun gemeenschap met het ontwerpbureau. Dit resulteerde in een effectievere interventie.”*Tip:* Test je aannames en blijf openstaan voor nieuwe informatie die het (voorlopige) narratief dat je hebt opgebouwd verandert. |

|  |
| --- |
| Module 5: Het impactnarratief delen |
| Module 5 gaat over het belang van een duidelijk doel, doelgroep(en) en vormen en kanalen. Wat zijn je antwoorden op de onderstaande vragen?Wat is het doel van het delen van jullie impactnarratief?Klik of tik hier om tekst in te voeren.Voorbeeld 1: ‘Reflectie om onze toekomstige inspanningen te verbeteren.'Voorbeeld 2: 'Anderen enthousiasmeren om mee te doen aan de impactinspanning.'Voorbeeld 3: 'Overtuigen van een financier of donateur dat de ter beschikking gestelde middelen op de juiste manier besteed zijn.'*Tip 1: Mogelijk heb je meerdere doelen voor het narratief. Overweeg zorgvuldig of één enkel narratief alle verhalen goed kan dienen. Mogelijk moet je voor elk doel een afzonderlijke versie van het narratief maken. Een narratief dat reflectie en leren ondersteunt, ziet er anders uit dan een narratief dat een verantwoordingsdoel dient.*Wie zijn de doelgroepen van jullie narratief?Klik of tik hier om tekst in te voeren.*Voorbeeld 1: Een financier of donor.**Voorbeeld 2: Mogelijke nieuwe partners.**Voorbeeld 3: De gemeenschap die belang heeft bij de inspanning.**Tip: Denk goed na over de doelgroep(en) en specificeer het antwoord zo veel mogelijk. De formulieren en kanalen die je kiest, moeten namelijk aansluiten op de voorkeuren van de doelgroep(en).*Aan welke vormen en kanalen geven de doelgroepen van jullie narratief de voorkeur?Klik of tik hier om tekst in te voeren.*Voorbeeld 1: Een case study in een eindrapport.**Voorbeeld 2: Een bericht op een blog dat goed wordt gelezen door mogelijke partners.**Voorbeeld 3: Een korte videoclip op sociale media.**Voorbeeld 4: Een presentatie in een buurthuis.**Tip: Selecteer meerdere vormen en kanalen om verschillende doelgroepen te bereiken.* |

|  |
| --- |
| Module 6: Tips en trucs om te onthouden |
| Nu je de tips en trucs uit module 6 hebt gelezen, is er nog iets waar jullie rekening mee moeten of willen houden bij het ontwikkelen en/of delen van het narratief?Wat betreft het verzamelen van informatie voor het impactnarratief, moeten we het volgende in gedachten houden:Klik of tik hier om tekst in te voeren.*Voorbeeld: 'We werken met kwetsbare gemeenschappen. We moeten eerst vertrouwen winnen voordat we data kunnen verzamelen. Ook moeten we een goed doordachte rechtvaardiging hebben voor hun tijdsinvestering in ons narratief.'*Bij het ontwikkelen van de inhoud van het impactnarratief willen we niet vergeten om:Klik of tik hier om tekst in te voeren.Voorbeeld: *‘Onze persoonlijke motivatie te benoemen. We denken dat anderen die motivatie herkennen, waardoor de kans groter wordt dat zij zich bij de inspanningen willen aansluiten.'*Bij het bepalen van de vorm van ons impactnarratief moeten we rekening houden met:Klik of tik hier om tekst in te voeren.*Voorbeeld: ‘Het respecteren van de woordlimiet die de financier heeft gesteld voor het eindrapport.'*Wanneer we het narratief delen, is het belangrijk om:Klik of tik hier om tekst in te voeren.*Voorbeeld: ‘Onze samenwerkingspartners en de gemeenschap waarmee we werken te betrekken, want we willen laten zien dat het aanpakken van dit probleem een collectieve impactinspanning vereist.'* |