Wat zijn effectieve manieren om laaggeletterden met jonge kinderen te bereiken om deel te nemen aan activiteiten om de taalvaardigheden van deze laaggeletterde ouders te vergroten?

Beantwoord door Ellen van Drie en Merel Wolf (kennismakelaars Kennisrotonde)

26 juni 2023

KR. 1708

Kort antwoord

Er is geen empirische literatuur over effectieve manieren om laaggeletterde ouders te bereiken om hen te stimuleren mee te doen aan activiteiten om de eigen taalvaardigheden te vergroten. Er zijn wel doeltreffende - maar niet bewezen effectieve - elementen bekend die helpen om laaggeletterden in het algemeen te bereiken. Doeltreffende elementen zijn: specificeren van de doelgroep, samenwerking tussen relevante organisaties, creëren van passend aanbod zowel op inhoud als in de vorm van het aanbod, rekening houden met belemmeringen die de doelgroep kan ervaren, en op een passende wijze communiceren.

Antwoord

In Nederland zijn er 1,9 miljoen volwassenen die moeite hebben met taal of taal en rekenen (Algemene Rekenkamer, 2016). Deze groep wordt ook wel laaggeletterd genoemd. In totaal zijn 333.000 ouders met minderjarige kinderen laaggeletterd (Stichting Lezen en Schrijven, 2022). Onder meer gemeenten zijn op zoek naar effectieve manieren om laaggeletterden te bereiken zodat zij de kans krijgen om hun taalvaardigheden te verbeteren. In de praktijk blijkt het echter lastig om laaggeletterden in het algemeen, en specifiek ook de doelgroep laaggeletterde ouders met jonge kinderen te bereiken.

Er is geen empirisch onderzoek dat effectieve manieren beschrijft om specifiek laaggeletterde ouders te bereiken en te stimuleren deel te nemen aan activiteiten om hun taalvaardigheden te versterken. Iets is ‘effectief’ als het op basis van vergelijkend effectonderzoek (voor- en nametingen, experimentele en vergelijkingsgroepen) positievere resultaten oplevert dan iets anders of dan niets doen. Wel wordt er in literatuuronderzoek een aantal kenmerken beschreven die doeltreffend zijn om laaggeletterden in het algemeen te bereiken. ‘Doeltreffend’ betekent dat iets werkt, zonder dat per se ook duidelijk is of het andere resultaten oplevert dan iets anders of dan niets doen.

Aanbod passend bij leerwensen doelgroep

Wanneer het aanbod aan activiteiten aansluit bij de leerwensen en interesses van de doelgroep, draagt dit bij aan de motivatie om deel te nemen. Dat blijkt uit een systematische literatuurreview van Gouw et al. (2020). De leerwens zal in veel gevallen niet specifiek 'het verbeteren van taalvaardigheden' zijn, maar bijvoorbeeld de wens van ouders om hun kind te kunnen helpen bij schoolwerk. Aanbod dat gericht is op het verbeteren van taal motiveert daarom onvoldoende. Taal is een middel en geen doel op zich – het verbeteren van de taalvaardigheid is enkel een onderdeel van de oplossing.

Uit interviews met experts op het gebied van het werven van laaggeletterden (Andrulli et al., 2020) komt naar voren dat toeleidings- of camouflagecursussen een goede manier zijn om aanbod te creëren dat afgestemd is op de leervragen van de doelgroep. In deze cursussen staan praktische onderwerpen centraal die aansluiten bij wat laaggeletterden op dat moment willen leren. Het stimuleren van taalvaardigheden is op een functionele manier verweven met de inhoud van de cursus. Voorbeelden van cursussen zijn internetbankieren of koken binnen je budget. De cursus, die niet specifiek gericht is op het verbeteren van taalvaardigheden, kan een startpunt zijn om verder te leren.

In de interviews van Andrulli et al. (2020) wordt daarnaast ook de ‘salami-tactiek’ geïdentificeerd als manier om aanbod af te stemmen op de doelgroep. Deze techniek houdt in dat in eerste instantie aanbod wordt gecreëerd waarin de doelgroep kleine leerdoelen bereikt. Naarmate deelnemers kleine leersuccessen opdoen in deze korte cursussen, wordt het aanbod uitgebreid met langere cursussen die specifiek ingaan op het verbeteren van de taalvaardigheid. Ook uit het systematisch literatuuronderzoek van Buisman (2017) komt naar voren dat het belangrijk is om succeservaringen te bevorderen door haalbare tussendoelen te stellen.

Aanbod passend bij mogelijkheden doelgroep

Passend aanbod houdt ook in dat het aanbod passende materialen gebruikt, passend is qua locatie, tijd en toetsing (Groot, 2018). Praktische belemmeringen zoals een gebrek aan tijd of financiële mogelijkheden kunnen er ook voor zorgen dat laaggeletterden niet participeren aan activiteiten. Ook kan het een belemmering zijn als laaggeletterden in het verleden negatieve ervaringen hebben gehad met leren. Zij kunnen gevoelens van angst of schaamte ervaren (Buisman, 2017; Andrulli et al., 2020; De Greef, 2021; Windisch, 2016). Laagdrempelig en flexibel aanbod zou deze belemmeringen kunnen verminderen.

Doelgroep specificeren en in beeld brengen

Er zijn aanwijzingen dat het specificeren van de doelgroep zou kunnen helpen om laaggeletterden te bereiken. Persona’s of profielen kunnen helpen om kenmerken van een bepaalde groep inzichtelijk maken. Lourens en Buisman (2022) beschreven bijvoorbeeld hoe de methode KLASSE! gebruikt kan worden om Nederlandssprekende laaggeletterden te bereiken. In deze methode zijn kenmerken, drijfveren en mogelijke leerbehoeftes van verschillende doelgroepen uitgewerkt in profielen (Janssen-De Goede, 2023). Een ander voorbeeld van persona’s komt uit het Handboek Hoger Bereik (Lost Lemon & Muzus, 2018). Daarin worden verschillende houdingen van laaggeletterden

beschreven met persona's. Een andere voorbeeld om de doelgroep in beeld te brengen is via Basisvaardigheden In Zicht, dat inzicht geeft in het percentage laaggeletterden per doelgroep in een gemeente of arbeidsmarktregio (Huijts et al., 2020; Groot, 2020).

Samenwerking tussen instanties

Samenwerking tussen verschillende instanties is een doeltreffend element om laaggeletterden te bereiken (Andrulli et al., 2020). Op het politieke niveau is samenwerking belangrijk om kennis uit te wisselen en geldstromen optimaal te benutten. Op organisatieniveau creëert de samenwerking tussen verschillende relevante instanties een groot bereik. Sommige partners zijn meer institutioneel van aard, zoals gemeenten, scholen, kinderopvang/VVE, bibliotheken en gezondheidszorg. Getrainde professionals zien grote aantallen mensen en kunnen vanuit hun expertise laaggeletterdheid signaleren en deelname aan trainingsaanbod stimuleren. Andere partners zijn informeler, zoals buurthuizen, sport- of muziekclubs, waardoor laaggeletterden op een laagdrempelige manier te bereiken zijn. Door organisaties in te zetten waarmee laaggeletterden positieve ervaringen hebben, kan dit voor laaggeletterden de drempel verlagen om mee te doen met activiteiten.

Passende communicatie

Passende communicatie is doeltreffend om de doelgroep te bereiken en bewust te maken van het aanbod. Uit de vragenlijsten onder laaggeletterden van De Graaf (2021) bleek dat de onbekendheid van leertrajecten een veel voorkomende reden is om daar niet aan deel te nemen. Om communicatie passend te maken wordt in literatuur over het bereiken van laaggeletterden het model van Berlo (1960) gebruikt als houvast (Andrulli et al., 2020; De Greef, 2021). Het model beschrijft vier aspecten die de effectiviteit van communicatie beïnvloeden: kenmerken van de zender, kenmerken van de ontvanger, identificatie van een effectief kanaal en elementen van een effectief bericht.

Vertrouwelijke relatie tussen zender en ontvanger

Het inzetten van een tussenpersoon kan helpen om laaggeletterden te bereiken (Andrulli et al., 2020; De Greef, 2021; Gouw et al., 2020). Een tussenpersoon is iemand die persoonlijk en positief contact heeft met de doelgroep. Deze tussenpersonen kunnen professionals zijn, maar ook vrijwilligers of andere (laaggeletterde) ouders die een ambassadeursrol aannemen. Een tussenpersoon kan laaggeletterden inspireren om deel te nemen aan activiteiten door erover te vertellen en ook realistische verwachtingen te scheppen. Dit verlaagt de drempel om mee te doen met activiteiten.

Mond-tot-mond reclame als kanaal

Mond-tot-mondreclame is een doeltreffend kanaal om laaggeletterden te bereiken (Andrulli et al., 2020). Deze vorm van gerichte communicatie is doeltreffender dan breed en ongericht communiceren via flyers, sociale media en persberichten (Lourens & Buisman, 2022). Er zijn name positieve ervaringen met mond-tot-mondreclame door ambassadeurs en tussenpersonen (De Greef, 2021). Over het algemeen geldt dat kanalen die als positief worden ervaren door de doelgroep het meest doeltreffend zijn om de doelgroep aan te spreken (Andrulli et al., 2020).

Kort bericht dat aansluit bij behoeftes

Tot slot is een korte en eenvoudige boodschap een doeltreffende manier om laaggeletterden te bereiken. Het bericht is het meest doeltreffend als de behoeftes van de ontvanger aangesproken worden en er passend aanbod is dat daarop aansluit (Andrulli et al., 2020). Het kan ook behulpzaam zijn om op basis van een profiel van bijvoorbeeld KLASSE! aanbod en communicatie te ontwikkelen die passend is voor die groep (Lourens & Buisman, 2022; Janssen-De Goede, 2023).

De gezinsaanpak

Gemeenten hanteren steeds vaker een gezinsaanpak om laaggeletterdheid tegen te gaan (Clement & Groot, 2017). Veel gemeenten werken ook mee aan het project 'Gemeentelijke Gezinsaanpak Geletterdheid' als onderdeel van het landelijke programma Tel mee met Taal (Groot et al., 2023). De gezinsaanpak speelt in op het intergenerationele aspect van laaggeletterdheid: kinderen van laaggeletterde ouders hebben een hogere kans om zelf laaggeletterd te worden (Cooter, 2006). Laaggeletterde ouders zijn onvoldoende taalvaardig om hun kinderen een rijke taalomgeving te bieden, wat de kans vergroot dat de taalvaardigheid van de kinderen achterblijft. In de gezinsaanpak worden activiteiten georganiseerd die betrekking hebben op de ouders, bijvoorbeeld in de vorm van ouderbijeenkomsten (Rabkin & Roche, 2014; Notten, 2018) of op de interactie tussen ouder en kind, bijvoorbeeld door samen te lezen of taalspelletjes te spelen (Spaans et al., 2013; Van der Pluijm, 2020).

De gezinsaanpak heeft potentie om laaggeletterde ouders te bereiken en te stimuleren om hun eigen taalvaardigheden te vergroten. Ouders dragen immers graag bij aan de ontwikkeling van hun kinderen: zij zijn gemotiveerd om hun kinderen voor te kunnen lezen, of om hun kinderen te kunnen ondersteunen bij schoolwerk (De Greef, 2021). Er is echter geen empirisch onderzoek dat aantoont of de gezinsaanpak een effectieve manier is om laaggeletterde ouders te bereiken en te stimuleren om hun eigen taalvaardigheden te vergroten. Eén verkennende kwalitatieve studie, waarin docenten en experts geïnterviewd werden over hun ervaringen met het bereiken van ouders met ouderbijeenkomsten en tussenpersonen, beschrijft dat betrokkenen hier positieve ervaringen mee hebben (Notten, 2018).

De eerdergenoemde doeltreffende elementen om laaggeletterden te bereiken zijn terug te vinden in de gezinsaanpak. De gezinsaanpak is specifiek gericht op ouders met (jonge) kinderen, waardoor de doelgroep gespecificeerd is. Ook worden er binnen de gezinsaanpak activiteiten georganiseerd die aansluiten bij de wens van de ouders om bij te dragen in de ontwikkeling van hun kinderen, bijvoorbeeld bijeenkomsten over voorlezen (Notten et al., 2018) of trainingen gericht op het verbeteren van de woordenschat van het kind (en impliciet van de ouder) (Spaans et al., 2013). In de gezinsaanpak wordt rekening gehouden met belemmeringen van ouders, door de drempel tot deelname te verlagen met de inzet van ambassadeurs (Notten et al., 2018) of de aanwezigheid van laagdrempelige ontmoetingsplekken zoals een ouderkamer (Smit, 2012; Rabkin & Roche, 2014; Notten, 2018). Daarnaast wordt de gezinsaanpak steeds vaker integraal uitgevoerd door verschillende relevante instanties (Clement en Groot, 2017). Wat betreft communicatie zijn er positieve ervaringen in de gezinsaanpak met de inzet van een tussenpersoon of ambassadeur: de wederkerige, vertrouwelijke relatie tussen ouder en tussenpersoon verhoogt de participatie van laaggeletterde ouders (Notten, 2018; Van der Pluijm, 2020). Kwalitatief onderzoek beschrijft dat het

creëren van ontmoetingsplekken voor ouders of ouders en tussenpersonen doeltreffende manieren zijn om laaggeletterde ouders te bereiken (Smit, 2012; Notten, 2018; Rabkin & Roche, 2014; Andrulli et al., 2020). Er zijn ook positieve ervaringen met mond-tot-mondreclame via ambassadeurs om laaggeletterde ouders te bereiken (Notten et al., 2018). In één-op-één communicatie zijn er ook positieve ervaringen met het delen van succesverhalen van ambassadeurs (Smit, 2012; Notten, 2018).

Geraadpleegde bronnen

Algemene Rekenkamer (2016). *Aanpak van laaggeletterdheid*. Algemene Rekenkamer.

Andrulli, R., Ten Hove, K., Hünninger, L., Kock, K., Neelen, M., & Orth, E. (2020*). A Recruitment Strategy for Literacy Programs* [Masterscriptie]. Maastricht University School of Business and Economics.

Berlo, D. K. (1960). *The process of communication; an introduction to theory and practice.* New York: Holt, Rinehart and Winston.

Buisman, M. (2017). *Negatieve leerervaringen van volwassenen met lage basisvaardigheden, literatuurstudie.* Amsterdam: Kohnstamm Instituut.

Clement, C., & Groot, A. (2017). De rol van gemeenten bij intergenerationeel leren van basisvaardigheden. *Sociaal Bestek, 79*(2), 16-18.

Cooter, K. S. (2006). When mama can't read: Counteracting intergenerational illiteracy. *The Reading Teacher, 59*(7), 698-702.

De Greef, M. (2021). *De laaggeletterde leert het ons. Onderzoek naar het stimuleren van scholingsdeelname aan trajecten basisvaardigheden.* Artéduc.

Gouw, P., Brand-Gruwel, S., Jarodszka, H., Groot, A., Christoffels, I., Clement, C., Fond Lam, J., Coppens, K., & Jansens, E. (2020). *De laaggeletterden centraal*. Open Universiteit/ECBO.

Groot, A., Buiskool, B.-J., Elderenbosch, M. (2023). *Tussentijdse evaluatie Vervolgaanpak Laaggeletterdheid 2020-2024.* ECBO/Ockham IPS.

Groot, A. (2018). *Kwaliteitsborging voor het educatieaanbod.* ECBO.

Groot, A. (2020). Basisvaardigheden In Zicht

Huijts, T., Bijlsma, I., Van der Velden, R. (2020). *Wetenschappelijke verantwoording doelgroepenanalyse laaggeletterden.* ROA/Etil/ECBO.

Janssen - De Goede, M. (2023*). Handleiding KLASSE! 2.0.* CINOP/ITTA UvA/Zet een Punt.

Lost Lemon, & Muzus. (2018). *Handboek Hoger bereik.* Koninklijke Bibliotheek.

Lourens, J., & Buisman, M. (2022). *Werken met KLASSE! Wervings- en cursusaanpakken in beeld*. Amsterdam: Kohnstamm Instituut.

Notten, N. (2018). *Dichterbij de laaggeletterde ouder: Een exploratief onderzoek naar de werking van ouderbijeenkomsten over leesbevordering in een omgeving met laaggeletterde ouders.* Stichting Lezen.

Rabkin, G., & Roche, S. (2014*). Learning to Fly: Family-Oriented Literacy Education in Schools. Celebrating the Tenth Anniversary of Hamburg's Family Literacy Project 2004-2014.* UNESCO Institute for Lifelong Learning.

Smit, F. (2012). *Lessen van successen in Rotterdam Partnerschap Ouders, school en buurt.* Instituut voor Toegepaste Sociale wetenschappen, Radboud Universiteit.

Spaans, G., de Maa, J., & Verhallen, M. (2013). *Eindrapportage PO Raad. Ouderparticipatie en taalontwikkeling Ei van Columbus. Verbreding en verspreiding opbrengsten.* PO raad.

Stichting Lezen en Schrijven (2022). *Ouders en laaggeletterdheid*. Stichting Lezen en Schrijven.

Van der Pluijm, M. (2020). *At home in language: Design and evaluation of a partnership program for teachers with lower-educated parents in support of their young children's language development* [Proefschrift]. Open Universiteit.

Windisch, H. C. (2016). How to motivate adults with low literacy and numeracy skills to engage and persist in learning: A literature review of policy interventions. *International Review of Education, 62*(3), 279-297.

Meer weten?

Kennisrotonde (2020). Wat zijn effectieve werkwijzen voor het geïntegreerd (aan)leren van digitale en taalvaardigheden in (taal)trajecten voor laagopgeleide volwassenen? (KR.746)

Kennisrotonde (2023). Met welke interventies kan een school ouders van eerstejaars leerlingen in het vmbo meer actief betrekken bij leesbevordering van hun kinderen? (KR. 1554)

Over deze vraag

Opgesteld door:	Ellen van Drie en Merel Wolf (kennismakelaar Kennisrotonde)
Vraagsteller:	Gemeentelijk beleidsadviseur (taal)onderwijs
Onderwijssector:	Volwasseneducatie
Trefwoorden:	Laaggeletterdheid, taal leren, NT1, NT2

Referentie: Kennisrotonde. (2023). *Wat zijn effectieve manieren om laaggeletterden met jonge kinderen te bereiken om deel te nemen aan activiteiten om hun taalvaardigheden te vergroten?* (KR. 1708)

Dit antwoord is gepubliceerd op Kennisrotonde.nl. De Kennisrotonde is samen met NCO en Onderwijskennis een dienst van het NRO.