

LET'S OTHER TALK

# CO-CREATIE BRENGT MEER INSPIRATIE

INSPIRATIEGIDS VOOR MIDDENVELDORGANISATIES  
SAMEN MET JONGEREN AAN DE SLAG ROND DE  
BEELDVORMING VAN MIGRATIE



**Tumult**  
TALENT VOOR SAHLEN LEVEN





# INHOUD

- 1 **INTRODUCTIE**
- 2 **LET'S OTHER TALK**
- 4 **TRAJECT**
- 6 **COCREATIE BRENGT MEER INSPIRATIE**
- 11 **WAT ZEGT LET'S OTHER TALK OVER CO-CREATIE? (LESSONS LEARNED)**
- 15 **INSPIRATIELIJST**
- 17 **BRONNENLIJST**
- 18 **COLOFON**

In 2019 werd het Other Talk-programma opgezet om nuance te brengen in de gepolariseerde debatten rond en over migratie. Hiermee bedoelen we dat dit soort debatten voornamelijk gebeuren vanuit twee tegenpolen: de voor -en tegenkampen. Alles wat tussen de polen valt, wordt zelden/niet betrokken in zo'n dialoog. Het algemene doel van **alle Other Talk-projecten** is om deze polarisatie tegenwind te bieden en het debat open te trekken, met de juiste informatie en omkadering. Daarbij willen we ook plaats creëren voor weinig gehoorde stemmen binnen onze omgeving en samenleving, zowel de jonge als minder jonge stemmen.

Uit onderzoek blijkt dat veel jongeren geen uitgesproken mening hebben over migratie. Deze groep noemen we 'het beweegbare midden'. Ze hebben twijfels en zorgen, ze stellen vragen bij de economische en culturele gevolgen van migratie, maar tonen ook empathie voor mensen op de vlucht. Ze kijken naar beide kanten van het debat en kunnen in beide richtingen bewegen. Maar wat betekent het nu concreet om deze houdingen te hebben? Hoe kan je je

zelf hierin herkennen en wat als jij je comfortabel voelt in jouw plekje? Deze vragen werden tijdens ons traject met een groep van acht jongeren onder de loep genomen. Let's Other Talk is een project door Tumult vzw, en ondersteund door 11.11.11 waarin acht jongeren de uitdaging aangingen om met de inzichten van Other Talk hun leeftijdgenoten te bereiken en gesprek over migratie en de beeldvorming hiervan aan te gaan.

Met dit document hopen we jezelf en/of jouw organisatie inspiratie te geven over hoe jij acties rond communicatie over migratie en beeldvorming door en voor jongeren kan faciliteren. Other Talk is een zoektocht, en de projecten die hieruit ontstonden zijn experimenten naar hoe je gesprekken over migratie kan omvormen naar dialogen waar zoveel mogelijk mensen zich welkom voelen om dit gesprek te treden.

*Test jouw boodschap en acties vooraf.  
Meet de impact van jouw activiteiten achteraf en deel jouw lessen met bondgenoten!*

## HOE HET ALLEMAAL BEGON

Meer dan ooit worden jongeren centraal geplaatst. In de marketingsector snakt men naar jongeren want zij zijn de minst bereikbare doelgroep. Bijvoorbeeld: steeds meer nieuwsredacties starten initiatieven om frisse jonge stemmen aan te trekken, wat wij enkel kunnen waarderen. Maar in deze initiatieven worden de noden en verlangens van jongeren vaak verkeerd ingeschat, en worden bepaalde verantwoordelijkheden geschoven naar jongeren en minder naar de organisatie zelf. Door tijd en middelen te investeren in activiteiten en structuren die meer plek geven aan nieuwe jongen stemmen, krijg je al sneller een ander resultaat te zien. We zien dat jongeren een groot deel uitmaken van dat beweegbare midden, maar eerder dan acties voor hen op te zetten, geven we het uit handen en laten we acties door hen opzetten.

"Vandaag wordt er nochtans veel gedaan en opgeroepen om meer vrouwen, geracialiseerde en queer personen, en personen met een beperking aan te trekken. Maar wordt er wel genoeg gedaan om de bestaande werking, gekende gewoontes en dominante structuren daar aan aan te passen?"

**LATIFAH ABDOU**

MO\*, 2022

Samen met jongeren gingen we daarbij op zoek naar handvaten en omgevingen die kunnen gebruikt worden om het gesprek rond beeldvorming op migratie aan te gaan. Met deze doelstelling gingen we, samen met [StampMedia](#) en Baldwin van Gorp (KU Leuven), aan de slag en onderzochten we de volgende vraag: hoe kijken jongeren naar migratie en hun mediagebruik? In het kader van Other Talk voerden we hierrond een uitgebreid onderzoek (met o.a. focusgroepen, klasgesprekken, etc.) uit. De bevindingen vind je [hier](#).

De voornaamste bevinding uit dit onderzoek, die wij in het traject van Let's Other Talk meenemen, is:

*“Leerlingen vinden dat het thema te weinig aan bod komt op school en willen hierover graag meningen uitwisselen met hun leerkrachten. Daarbij willen ze de mening van hun leerkracht wel graag horen, maar niet opgedrongen krijgen”.*

Wat wij als organisatie en project hieruit afleiden was dat we met dit project niet enkel jongeren aanzetten om met elkaar in gesprek te gaan, maar om ook de ruimte te creëren waar ze migratie en de beeldvorming hiervan bespreekbaar kunnen maken in hun omgeving. Met Let's Other Talk creëerden we samen met een groep van 8 jongeren die ruimte. Het project werd begeleid door een deeltijdse educatieve medewerker van Tumult vzw, een communicatie-expert van 11.11.11 en een social media expert.

Acht jongeren kregen de kans om hun huidige kennis over het thema en de kennis die ze opdeden tijdens het traject uit te testen. Ze zochten uit hoe ze deze kennis konden toepassen op hun eigen omgeving. Dit zowel tijdens als na het project. Door het volgen van een aantal workshops (zowel inhoudelijk over migratie, alsook over het gebruik van sociale media) konden ze hun eigen kennis verbreden. Met die inzichten gingen ze aan de slag om zelf content te maken en te onderzoeken/testen hoe ze het gesprek rond migratie en beeldvorming in hun eigen omgeving in gang konden trekken. Uit dit experimenteren ontstond het communicatieplatform [Migration Talks](#). Ze kregen hier de kans om op hun eigen manier te communiceren, en met hun eigen keuzes binnen een omkadering de platforms uit te werken. Op dit platform vind je content met verschillende media (video, audio, tekst) terug. •

Wil jij graag in dialoog gaan met jongeren over migratie, beeldvorming en hun mediagebruik, maar zoek je nog inspiratie? Raadpleeg de gespreksgidsen en vragenlijsten vanaf pagina 168 van dit onderzoek van het [onderzoek van StampMedia](#).

Of ben je benieuwd naar hoe het beweegbare midden kijkt naar deze onderwerpen? Raadpleeg dan dit [onderzoek van IPSOS en 11.11.11](#).

# TRAJECT

Bij de selectie van de jongeren kozen we ervoor een verscheiden groep samen te stellen. De bedoeling hierbij was om de samenleving zo goed mogelijk te representeren, waar zoveel mogelijk jongeren zich in zouden herkennen. Personen met een handicap maakten geen deel uit van onze groep. Het projectteam bood hen een omkadering en een leerrijke ervaring. Ondanks de hevige discussies die er soms tussen de jongeren waren, werd er vooral constructief samengewerkt om content te maken die zo herkenbaar mogelijk was voor een zo breed mogelijke groep jongeren.

Onderaan vind je het traject dat de acht jongeren samen met het organisatorisch team doorliepen.

Aan het begin van Let's Other Talk werd er een oproep gelanceerd voor jongeren om zich kandidaat te stellen. Na een korte selectie werd een groep van acht jongeren gekozen. In februari kwam de groep voor het eerst fysiek samen. Nadien volgden er drie andere fysieke momenten met de volledige groep, maar tussenin werden er online vergaderingen en workshops georganiseerd. Daarnaast spraken sommige jongeren onderling af om samen content te maken, bijvoorbeeld om een podcast-afllevering op te nemen.

Voor de start van het traject werd het Other Talk-programma alsook de projectinhoud kort uitgelegd. Ook werd er in samenspraak met hen een afsprakennota opgesteld. De jongeren kregen de kans om



op elk moment andere afspraken toe te voegen. Tot slot werden vragen zoals “Hoe houden we de swoeng erin?” gesteld, omdat het ook belangrijk is om de nadruk te leggen op plezier. Het blijft uiteindelijk hun vrije tijd die ze geven om een positieve verandering teweeg te brengen. Jongeren zitten boordevol inspiratie en willen een steentje bijdragen aan positieve verandering. Hoe is soms nog een zoektocht.

## CONTENT CREATIE PROCES

De jongeren kozen voor de volgende online platforms:

- [Instagram](#) (van Meta)
- [TikTok](#)
- [Een podcast](#) (op Spotify)
- [Een blog](#) op wix.com

De keuze van de platforms lag nauw vast aan hun eigen sociale media gebruik en hun interesse om te experimenteren met een platform. Het organisatorisch team stond in voor begeleiding, het faciliteren en ondersteunen van de samenkomsten. De jongeren konden ook bij hen terecht voor advies op de content die ze hadden gemaakt. Alle keuzes rond de rode draad van Migration Talks werden besproken tijdens de fysieke en online vergaderingen met de deelnemende jongeren. Tussen en na de twee week-ends vond er bijna elke week een online vergadering plaats om elkaar (de jongeren en de projectmedewerker) op de hoogte te brengen van to-do's, opmerkingen of hoe het met elkaar ging. •



Dit project legde de nadruk op een proces van cocreatie tussen de deelnemende jongeren, Tumult en 11.11.11, met als centrale thema's migratie en beeldvorming. Binnen dit project werd cocreatie gedefinieerd als een proces waarin een bepaalde doelgroep, in dit geval jongeren, mee sturing geeft aan een traject en/of activiteit. We gaven een kader (nl. content rond migratie en beeldvorming), maar binnen dat kader konden ze zelf bepalen wat ze deden en hoe zij Migration Talks wilden invullen. Binnen Tumult zijn we ervan overtuigd dat met projecten als deze, we jongeren warm maken

Binnen onze reguliere werking zijn we ervan overtuigd dat co-creatie jongeren warm maken om hun eigen visies en ideeën toe te passen met de handvaten waarover zij beschikken en die wij hen meegeven.

Jezelf vrijwillig engageren is een privilege dat niet voor iedereen even vanzelfsprekend of haalbaar is of lijkt. We zien steeds

meer hoe de 'vrije' tijd van jongeren onder druk staat: studies worden noodgedwongen gecombineerd met (studenten)job, sommigen doen aan niet-erkend mantelzorg, ... Dat neemt echter niet weg dat we ontzettend veel jongeren zien die toon geven van grote of kleine engagementen, formeel of informeel. Zoals het citaat van Kruit vermeldt, de structuur waarbinnen een engagement kan worden aangegaan is niet altijd even flexibel. Er zijn heel wat verborgen drempels en impliciete verwachtingen die het moeilijk maken voor jongeren om zich aan te sluiten bij een organisatie en zich te engageren voor een betere samenleving. Je kan niet volledig verwachten van een groep jongeren om resultaten te boeken die een (voltijdse) stafmedewerker ook zou kunnen boeken (want die stafmedewerker doet dit als hoofdbezigheid en met een vast inkomen). Een cocreatieproces verwijderd niet al deze obstakels, maar het biedt wel ruimte aan de jongeren om zich in te zetten op een manier die enthousiasme in de hand werkt.

# HET BELANG VAN COCREATIE EN VOLWAARDIGE PARTICIPATIE

Het vertrouwen in (traditionele) instituties gaat in de dalende lijn (Kruit, 2022), en dit ligt voor een groot deel aan het niet erkennen van verdoken drempels (zoals extra kosten voor materiaal/vervoer). Nog te vaak ligt de focus op de zwakke kanten van jongeren en niet op de sterktes en nieuwe inzichten die zij kunnen bieden aan de acties om positieve verandering teweeg te brengen. Let op: hier bedoelen we niet dat we hun dagdagelijkse drempels over het hoofd moeten zien, integendeel. Tal van jongeren ervaren moeilijkheden op uiteenlopende vlakken (die vaak elkaar doorkruisen en daardoor elkaar ook versterken). Waar we wel op willen wijzen is hoe je hen ondanks de uitdagingen waarmee ze in hun dagelijks leven geconfronteerd worden toch de ruimte krijgen om te ontwikkelen tot de persoon die ze willen worden. Hier komen termen zoals safe spaces, **brave spaces** en coaching bij aan te pas. Hen eerst versterken in hun zelfvertrouwen zodat zij voldoende overtuigd zijn van de capaciteiten die ze hebben. Daarnaast is het belangrijk hen erop te wijzen dat dit een proces is

waarin je plezier kan hebben. Want daar gaat het ook om: jongeren de kans geven om zelf het heft in handen te nemen over dialogen rond migratie en beeldvorming, maar ook over andere onderwerpen.

Dit betekent ook dat je als organisatie hen mee moet laten beslissen over de invulling van de activiteiten. Door actief naar de jongeren te luisteren hoor je vaak ook wat ze niet zeggen. Zo krijg je een beter beeld op waar er onzichtbare drempels liggen, verwachtingen naar zichzelf en naar elkaar toe

“Engagement binnen een institutioneel kader betekent dat de thema’s en onderwerpen voor actie, alsook de actiemethoden, worden bepaald door de instelling en niet door de jongeren.

Dit betekent dat de jongeren zich moeten aanpassen aan de normen en gebruiken van de instelling, en niet andersom, waardoor ze vaak het voorwerp zijn van een beleid van bovenaf, en dat ze zich soms moeten beperken tot cosmetische benaderingen om problemen op te lossen, waarvan ze de oorzaken liever zouden aanpakken.

Voor veel jonge mensen werkt dit niet meer.”

Kruit, p. 3, 2022

en kan je werken op een doeltreffendere manier. De resultaten binnen zo'n traject zijn dus maar het tipje van de ijsberg, of de kers op de taart. De verwachtingen die je schept als medewerker of als organisatie moeten dus realistisch zijn. Verwacht je een professioneel en groots resultaat, wees dan ook bereid om jongeren daar dezelfde erkenning in te geven: professioneel en in verhouding tot het resultaat. Iets tastbaar waarmee ze nadien nog gebruik van kunnen maken. Dit soort stimulansen bieden jongeren de kans om meer tijd en energie in jouw project te steken.

## HET BELANG VAN VEILIGHEID

Alvorens je een groep jongeren aanspreekt, is het altijd goed om aan introspectie te doen, ofwel van jezelf of van jouw organisatie. In het praktijkboek "Get up stand up: praktijkboek vol voorbeelden van politisering door jongeren" (2022) staan er een aantal vragen opgesteld om je te doen reflecteren over jouw werking en jouw attitude als je politiserend tewerk wil gaan met

## VIJF VRAGEN

Vijf essentiële vragen (en een aanzet tot antwoorden) van het boek "Get up stand up: praktijkboek vol voorbeelden van politisering door jongeren"

- Is er een vertrouwensrelatie? (vooraf het proces)
- Is er een kwestie? Is er sprake van collectief onrecht?
- Wat hebben wij met deze kwestie te maken? Wat is het probleem juist?
- Gaan we publiek met deze kwestie? Kiezen we voor politisering of voor een andere aanpak?
- Hoe gaan we deze kwestie politiseren? Wat? Wie? Waartoe? Hoe?

Ben je benieuwd naar meer vragen of voorbeelden van initiatieven waarbij jongeren aan politisering doen? Surf dan naar de [website van Uit De Marge](#) en download jouw exemplaar.

jongeren. Hoe zou jij antwoorden op deze vragen? Komt jouw antwoord overeen met dat van een collega? Moedig elkaar aan om hierover in gesprek te gaan.

Veel jongeren zijn zich bewust van de voor- en nadelen van een engagement aan te gaan, maar nadelen wegen vaker harder door. Het is dus belangrijk dat als je een project opstelt met jongeren over onderwerpen die nauw aan hun hart liggen of een bepaald risico met zich meebrengt (bijvoorbeeld een project met mensen in kwetsbare posities), dat hier rekening mee wordt gehouden. Elke levenservaring is anders, dus geef ruimte aan die complexiteit en reacties die kunnen ontstaan tijdens gesprekken.

## NIET ELKE JONGERE IS DIGITAAL, EN ANDERE VOOROORDELEN

Er zijn heel wat stereotypes over jongeren die niet altijd zomaar opgaan. Ten eerste: jongeren en digitale geletterdheid.

Ilse Mariën en Dorien Baelder onderzochten welke digitale kansen kansarme groepen krijgen. Hieruit blijkt dat de samenhang tussen sociale en digitale uitsluiting niet zo linear als voorgaand onderzoek liet uitschijnen. Dit verband geldt ook voor de snelheid waarmee iemand zich kan aanpassen aan de digitale veranderingen, ongeacht hun

“Je zou dus verwachten dat alle jongeren met migratieroots mee vooraan in de klimaatmarsen rondlopen. Er zijn er zeker, vooral diegenen die net in die middenklasse vallen. Ze kunnen de tijd vrijmaken en bevinden zich al in een geprivilegieerde positie. Maar velen, vaker in de sociaal zwakkere situaties, vinden een mars maar niets. Het criminaliseren van de sociale protesten, de overdadige politiekraacht die ingezet wordt als allochtone jongeren de straat opkomen voor pakweg Palestina of Jemen, de schrik om extra hard aangepakt te worden als spijbelaar, dit zijn allemaal reële gevoelens die ervoor zorgen dat net die generatie die dubbel baat heeft bij een sociaal-ecologisme niet meestapt. Want zeg nu eerlijk, als zelfs de witte, middenklasse aso-studenten als spijbeloportunisten bestempeld worden, hoe zou het zijn voor de eco-jihadist uit het bso?”

**ILLIAS MARRAHA**

VRT, 2019

leeftijd. Ze ontwikkelden acht profielen van digitale ongelijkheid. Wat we hieruit kunnen leren is dat er ook binnen de groep jongeren voor bepaalde groepen heel wat uitdagingen en drempels zijn om zomaar deel uit te maken van het digitaal tijdperk.

Benieuwd naar wat het onderzoek zegt? Lees het [hier](#). Voor een visueel overzicht van de acht profielen, klik [hier](#).

Een tweede stereotype waarmee jongeren met een migratieachtergrond geconfronteerd worden is: het is niet omdat jongeren zelf een migratieachtergrond hebben, dat ze altijd een even doordachte of onderbouwde mening hebben over migratie. Ze praten niet 24/7 over migratie, maar gaan het eerder hebben over culturen en waarden, en wat hen verbindt of onderscheidt. Ze spreken sneller over hoe hun ouders gelijkwaardige vormen hadden van opvoeding, over hoe bepaalde gerechten ook aanwezig zijn binnen hun cultuur maar onder een andere naam. Het gaat ook vaak over wat de jongeren kan verbinden in plaats van wat hen onderscheidt.

Bekijk migratie dus als een paraplu-term die allesomvattend is en waar er veel ruimte is om het een creatieve invulling te bieden. Waarom wil je jongeren en waarom wil je specifiek jongeren met een migratieachtergrond engageren voor jouw activiteiten? Is die migratieachtergrond relevant binnen de context waar je de jongeren wil inschakelen? Of gaat het vooral over hun talent als sporter, muzikant, kunstenaar, ... als kenmerk waarop je jongeren wil samenbrengen? Als dit laatste het geval is, laat de vraag naar de migratieachtergrond dan los. Herleidt jongeren niet tot dat ene kenmerk. Jongeren met een migratieachtergrond willen gewoon jong zijn en zichzelf kunnen ontplooiën. Hou het open voor iedereen die interesse heeft en je ziet wel wie er zal binnenstromen. Dit kan ook de drempel verlagen voor zij die geen migratieachtergrond hebben, maar zich wel willen engageren. Is jullie doel om dit enkel te doen met jongeren die een migratieachtergrond hebben? Dan is het logisch om je te focussen op die doelgroep. Denk dan ook na over hoe je hen wil aanspreken. •



# WAT ZEGT LET'S OTHER TALK OVER COCREATIE?

Met jongeren werken brengt een zeer dynamische omgeving met zich mee. Omdat elke persoon een ander profiel heeft, is het altijd even zoeken naar hoe je iedereen een waardevolle plek kan geven binnen elk proces. Ondanks dat er verschillende contexten zijn, hebben we hier een aantal aanbevelingen opgesteld die jij kan hanteren binnen jouw organisatie om meer jongeren vanuit alle lagen van onze samenleving te betrekken in een project waar cocreatie centraal staat. Zie deze aanbevelingen als een waaier aan mogelijkheden om een waardevol project mee uit te bouwen. Durf creatief en out-of-the-box aan de slag te gaan, maar wees je ook bewust van je eventuele beperkingen. Niet elke aanbeveling is even geschikt voor elke organisatie, activiteit of jongere. Op die manier kan je transparant en eerlijk communiceren over je verwachtingen.

Vraag jezelf af wat jij wil bereiken: hoe kan je uitleggen wat een activiteit en/of project inhoudt als je zelf niet zeker weet welke doeleinde(n) je hoopt te behalen?

Mensen voelen aan wanneer iets gedaan wordt voor hen of voor de persoon die de actie onderneemt. Waar liggen de intenties van jouw organisatie, of jezelf? Sta je open voor feedback? In hoeverre ben je bereid deze feedback op korte termijn te implementeren? Wat is de meerwaarde van jongeren binnen deze activiteit/dit project? Begrijp ons niet verkeerd, jongeren zijn in alle situaties een meerwaarde, maar het gaat erom waarom ze worden ingeschakeld. Lopen jullie een verjongingstraject op en hebben jullie jongeren nodig? Bekijk ook even hoe het zit binnen jullie eigen personeel. Willen jullie frisse stemmen? Kijk ook naar hoe jullie zelf profileren. Jongeren zijn niet enkel machine's om content te maken en een nieuwe doelgroep te bereiken, ze zijn een waardevolle groep binnen onze samenleving, die inspiratie en nieuwe inzichten kunnen binnenbrengen in je organisatie. Dit zijn allerlei vragen die je kan stellen alvorens je jongeren aanspreekt.

Nadien ga je na wat je graag wil aanbieden aan jongeren.

Breng de belangen, noden en verlangens van de jongeren samen. Doe dit door bijvoorbeeld nog voor de start van een project te vragen wat jongeren verwachten en hopen te bereiken doorheen het traject dat jullie op poten zetten. De antwoorden kan je dan toepassen op de activiteiten of in de loop van de tijd als je een traject van een langere periode met hen loopt.

Wees niet bang om hen ook mee te laten beslissen over bepaalde zaken zoals de locatie waar je afspreekt; moedig dit ook aan. Door hen mee de ruimte te geven te bepalen hoe en wat er kan gebeuren binnen het project, vergroot je het eigenaarschap en de betrokkenheid van de jongeren op het heel project. Dit stimuleert ook interesse om na te gaan wat ze zelf echt willen doen.

Een project heeft voldoende ademruimte nodig om succesvol uitgebouwd te kunnen worden, en dat wil dus ook zeggen: voldoende middelen. We zijn ons zeer bewust van de beperkte budgetten dat organisaties soms ter beschikking hebben om hun activiteiten uit te voeren, zeker zij die (voornamelijk) steunen op vrijwilligers.

Reflecteer over de intrinsieke en extrinsieke motivaties van alle partijen. Sta stil bij wat jongeren voldoende warm maakt en houdt om zich te engageren in een project. We vertrekken hierbij steeds van de persoonlijke, intrinsieke motivatie van jongeren zelf, maar we zien in de realiteit dat er soms ook nog een extra, extern duwtje nodig is om drempels te kunnen overwinnen en echt te kunnen participeren.

# WELKE OPTIES ZIJN ER?

- o Mogelijkheden om jongeren te vergoeden
  - Een vergoeding (als vrijwilliger, jobstudent, ...)
  - Terugbetaling van de vervoerskosten
  - Eten (hou rekening met diëtaire voorkeuren; bijvoorbeeld vegan, halal, glutenvrij, ...)
  - Certificaten en/of jouw contactgegevens (zo kunnen ze dit voorleggen als referentie als ze later solliciteren voor een job/project/...)
- o Mogelijkheden die de motivatie van jongeren vergroten
  - Geef naast constructieve feedback ook veel bevestigende complimenten (dat geeft ze ook een boost!)
  - Organiseer je workshops of andere activiteiten? Schakel dan mensen in die de leefwereld van de jongeren kennen. Zoals jonge experts (freelance creatives, uit grassroots organisaties, expertendatabanken zoals van Curieus, ...), ervaringsdeskundigen, jeugdwerkers, straathoekwerkers, leerkrachten, ... Indien mogelijk, biedt hen ook een vergoeding aan voor hun tijd en energie.
  - Geef jongeren de ruimte om de activiteiten mee in te vullen. Dit kan door o.a. door het draaiboek van de dag/workshop niet volledig in te vullen en hen de ruimte te geven om dingen voor te stellen

Spreek jongeren aan zowel in groepsverband als individueel.

Toets af bij iedereen of ze nog mee zijn, of er nog enige vragen of onzekerheden zijn, welke ideeën zij hebben, ...

- Opnieuw, het proces van cocreatie geeft hen ook een gevoel van volwaardig te zijn en de activiteit/het project mee vorm te geven
- Geef de jongeren niet het gevoel dat zij dit doen omdat het een verplichting is



Stel een afsprakennota op. Dit is een lijst regels die jullie als groep en individuen doorheen het traject hanteren. Tumult heeft een basislijst, die je kan uitbreiden wanneer je samenzit met jongeren. Deze lijst kan je [hier](#) raadplegen.

Indien er ouders, voogden en/of andere mensen zich zorgen maken over hun jongeren, of je dit hoort via de persoon in kwestie of de jongere(n): vraag of deze persoon even wil bellen of afspreken. Spreek hen apart aan om even alles duidelijk uit te leggen (de activiteiten, het doel, wie er allemaal aanwezig zal zijn qua verantwoordelijke(n)), zo help je zowel de ouder als de jongere. De jongere voelt zich meer op hun gemak om deel te nemen aan de activiteiten en de voogd voelt zich meer op hun gemak om hun zorgen en twijfels naar jou te communiceren. Dit is zeker belangrijk voor voogden die niet de kans hebben om via andere kanalen (hun eigen netwerk, hun werk, ...) te horen waar de jongere mee bezig is.

Tot slot: je zal niet iedereen meekrijgen, en dat is ok. Elke jongere vormt zich tot de persoon die hij/zij/hen willen zijn, en het enige dat wij kunnen bieden is informatie en steun binnen dit proces. Beslist iemand dat zij de activiteit fijn vinden maar dat er niet veel meerwaarde zit voor hun toekom-

stige ontwikkeling, *so be it*. Zij schrijven zich vrijwillig in om deel te nemen aan jouw activiteit, dus houdt daar ook altijd rekening mee. Verwachtingen die aan het begin werden opgesteld en uiteindelijk niet uitkwamen, zich dan toch niet volledig op hun gemak voelen, tijdsgebrek; er zijn allerlei redenen waarom een engagement van korte duur is, maar een ding blijft belangrijk: je moet beseffen dat je een grote verantwoordelijkheid hebt dan enkel de resultaten van je project te behalen. Je gaat op dat moment ook een engagement aan naar die jongeren toe, namelijk dat je hen zal proberen te ondersteunen en versterken in hun ontwikkeling. Als je niet bereid bent om die verantwoordelijkheid ten aanzien van jongeren op te nemen, dan begin je er beter niet aan. Dan herleid je jongeren tot en zuiver 'middel' om je doel te bereiken. Jongeren zullen dat aanvoelen en daarop afhaken.

Vertel dat je hen dankbaar bent dat ze je ooit wel dat vertrouwen hebben gegeven en dat ze het een kans wilden geven. Dat de impactmeting daardoor wat zal veranderen zijn zorgen die je doorheen het project anders kan invullen naargelang de evolutie van je project. Als je jongeren centraal zet, zet ze dan centraal in elke laag van jouw project. •

# ANDERE BRONNEN DIE OOK KUNNEN INSPIREREN

- Binnen het Other Talk-netwerk lopen er verschillende projecten die zoeken naar hoe je anders kan communiceren over migratie. De volgende tools en gidsen die hieruit ontwikkeld zijn: hoe kan je vrijwilligers warm maken om anders te communiceren? (Vluchtelingenwerk Vlaanderen), op zoek naar andere woordenschat (ORBIT vzw ism Welzijnsschakels en Broederlijk Delen), 'narrative change' (11.11.11), leerkrachten versterken in hun lessen over migratie (Caritas International, School zonder Racisme, IOM), diaspora verenigingen betrekken (Caritas International). Voor een overzicht van alle projecten, klik op [deze link](#).
- Tumult vzw biedt enkele online mini-vormingen aan over het belang van vrije tijd, drempels om deel te nemen, gewone kinderen in ongewone situaties en een spel uitleggen aan anderstaligen. Je kan ze via [deze link](#) raadplegen en jouw eigen kennis verbreden
- Uit De Marge ontwikkelde een online tool waarin jij jongeren kan versterken als je hen politiserend te werk wil laten gaan. Test het zelf uit via [deze link](#).
- In de digitale brochure 'Macht herverdelen' van Citylab en Demos kan je enkele handvatten ontdekken over hoe je diversiteit in zijn geheel kan aanpakken.
- Kruit beschikt over een aantal magazines waarin ze enkele kritische inzichten naar voor schuiven rond wereldburgerschap. Neem zeker een kijkje naar [hun aanbod](#).
- Zoek je nog naar concrete trainings rond safe(r) spaces? Voor de IOM toolbox LGBTQI+ personen met een migratieachtergrond ontwikkelde Aïda Yancy samen met een aantal experts een training voor eerstelijnsmedewerkers die in contact staan met deze doelgroep. De informatie kan je ook toepassen op andere doelgroepen. Raadpleeg de toolkit [hier](#).

- Zoek je nog materiaal om sociale media bespreekbaar te maken onder jongeren? Check dan de [EduBox sociale media](#). Met dit lespakket kan je meteen aan de slag met een groep jongeren.
- Vraagt er een jongere naar meer informatie over sociale media, stuur hen door naar de webpagina van [WAT WAT](#). Daar vind je allerlei artikels over definities van sociale media fenomenen tot wat jouw rechten zijn op online platforms.
- Zoek je voorbeelden van projecten die werken rond mediawijsheid en hoe zij het hebben uitgewerkt? Het [Liars and Verifiers](#) toolkit helpt je alvast op weg.
- Wat is cancel culture, en hoe kan je hier iets positiefs uit maken? [Beluister de podcastaflevering](#) van Ik zie, ik zie, filosofie en kom te weten welke oplossingen hier aan bod komen.
- Tot slot, wens je een exemplaar van het onderzoek van StampMedia? Contacteer ons via [ange@tumult.be](mailto:ange@tumult.be) met jouw informatie en ontvang een exemplaar via de post (zolang de voorraad strekt).

- Het (niet zo) eenvoudige verband tussen wereldburgerschapeducatie en jongerenengagement. 2022. Kruit:  
<https://wijzijkruit.be/2022/06/01/issue-paper-5-het-niet-zo-eenvoudige-verband-tussen-wereldburgerschapeducatie-en-jongerenengagement/>
- Klimaatmars is niet voor iedereen. 2019. Illias Marraha. VRT:  
<https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2019/01/29/klimaatmars-is-niet-voor-iedereen/>
- \*NEW\* report - 8 Profiles of Digital Inequalities. 2015. Ilse Mariën & Dorien Baelden. Imec SMIT VUB:  
<https://www.ilsemarien.com/single-post/2015/11/15/new-report-8-profiles-of-digital-inequalities>
- Other Talk: een onderzoek naar attitudes over migratie en mediagebruik bij jongeren in Vlaanderen. 2021. Stampmedia:  
<https://11.be/verhalen/onderzoek-naar-attitudes-over-migratie-en-mediagebruik-bij-jongeren>
- Terminologie. 2017. Hand in hand tegen racisme:  
<https://www.dekoloniseer.be/nl/63-terminologie#:~:text=Groepen%20met%20bepaalde%20cultuur%20of,Rassen%20bestaan%20niet.>
- Van safe naar brave spaces. Reyhan Görgöz, Bart Van Bouchaute, Peter Cristiaensen. 2022. Sociaal.net :  
<https://sociaal.net/boek/van-safe-naar-brave-spaces/>
- Waarom inclusie niet over inclusie gaat. Latifah Abdou. 2022. MO magazine:  
<https://www.mo.be/column/waarom-inclusie-niet-over-inclusie-gaat>

Dit project werd mede mogelijk gemaakt door de financiering van Porticus.

Hartelijk dank aan de jongeren van Let's Other Talk, de jongeren die deel uitmaken van de content van Migration Talks, Matthias Mertens, Vincent Buysens, het lerend netwerk van Other Talk, de collega's van Tumult en Ella van den Eynde. Dank om zowel jullie tijd, energie als enthousiasme te tonen aan de jongeren en de inhoud van dit project.

Publicatie van  
[Tumult vzw](#)

Grafisch ontwerp  
[Toon Vos](#)

Samenwerking tussen  
11.11.11, Tumult vzw, Vincent Buysens

Heb je hier nog vragen over? Contacteer Ange Nsanzineza ([ange@tumult.be](mailto:ange@tumult.be); ange 'apenstaartje' tumult punt 'be').



