

## 0. Inleiding

---

Demos wordt geplaatst binnen MOS. Dit gebeurt door de regionale MOSbegeleider.

Demos als levensecht project liep gedurende het schooljaar 2008-2009 op elf scholen verspreid over Vlaanderen. Demos begon vanwege een nood aan nieuwe ideeën en manieren om jongeren op school te boeien en te activeren voor MOS. MOS als instelling publiceert al jaren handige methodieken en trajecten voor scholen, maar een specifiek en exclusief op jongeren gericht project, moest nieuwe invalshoeken brengen. Demos verwijst naar de werken van Milieuzorg Op School (MOS). Maar evenzeer benadrukt de naam dat jongeren zelf het project in handen namen, dat zij demonstranten waren. Of spreken we hier beter over 'Demostranten'?

Demos als project dat voltijds ondersteund wordt door Jeugddienst Globelink, is nu voorbij. Er is een dynamische start gemaakt, met veel deelnemers, enthousiasme van zowel jongeren als leerkrachten. Er is veel beeldmateriaal beschikbaar, tips van Demos zo mogelijk nog meer. Tijd dus voor een boekje en een dvd, om leerkrachten een handje verder te helpen. Op basis van onze ervaringen, biedt Jeugddienst Globelink jou een heus 'Demostraject' aan. Initiatieven en activiteiten gespreid in de tijd, met verschillende werkvormen en voldoende tijd voor reflectie, staan garant voor een duurzaam effect bij de deelnemers. Daarom spreken we van een Demostraject. Hiermee kan je aan de slag om zelf jouw eigen Demosactie samen met jouw leerlingen uit de grond te stampen.

## 1. De thermometer

---

Deze methodiek dient als oriëntatie van elke individuele leerling ten opzichte van het onderwerp milieu. De eerste vraag die je hen stelt is: "Hoe milieuvriendelijk is jouw school, volgens jou?", dat gemeten wordt op de Green Your School Thermometer.

Daarna pas je het thema toe op henzelf: "Hoe milieuvriendelijk ben jij?", op de My Green Life Thermometer.

Telkens is er een onzichtbare thermometer die ongeveer vier meter lang op de vloer ligt, die dient als graadmeter van hun mening.

Alle leerlingen staan of zitten in een langwerpige kring rond een onzichtbare thermometer. De begeleider zet grote stappen om de thermometer uit te beelden. De ene kant van de thermometer (0°C) wil zeggen 'Helemaal niet mee eens'. De andere kant (50°C) wil zeggen 'volledig mee eens'. Daartussen heb je alle gradaties.

Bij deze stellingen over de school stel je één persoon aan als 'kwikbolletje' die de mening van de leerlingen op de thermometer plaatst. Stel vragen aan de omstanders, zodat er wat discussie ontstaat.

Bij de stellingen over de eigen leefwereld is iedereen een kwikbolletje en plaatsen zij zichzelf op deze thermometer.

Lees luid en duidelijk één stelling voor, en vraag om positie in te nemen.

De Green Your School Thermometer met één 'kwikbolletje' (vraag: "Hoe groen is jouw school?")

- Onze school heeft meer weg van een 19<sup>de</sup>-eeuws industrieterrein met brakende schoorstenen en stinkende riolen.
- De leerkrachten en de directie vinden het milieu blijkbaar niet belangrijk. Veel leerlingen daarentegen wel!
- De leerkrachten op onze school staan vaak te springen met groene vlaggetjes en roepen luid "milieu!milieu!", maar de leerlingen vinden 't lekker on-be-lang-rijk.
- Onze school is zo grasgroen dat onze ogen er pijn van doen telkens we 's morgens hier arriveren!

De My Green Life Thermometer met iedereen als 'kwikbolletje' (vraag: "Hoe milieuvriendelijk ben jij?")

- Ik zie niet waarom het belangrijk is om "voor het milieu" te zorgen. Alles gaat toch goed?!

- Ik wil wel iets doen om milieuvriendelijker te leven, maar ik vind het teveel moeite.
- Als we zo verder doen zoals we nu bezig zijn, helpen we onze aarde om zeep. Ik probeer zelf er alles aan te doen om het milieu te sparen.
- Ik vind ons milieu megabelangrijk. Klimaatverandering, grondstoffentekort, luchtvervuiling, ziektes,...help, we moeten iets doen!

## **2. Theoretisch kader**

---

Jongeren zien zichzelf niet als passieve ontvangers. Jongeren willen zelf greep hebben op de situatie. Ze willen het gevoel hebben zelf greep te hebben op de situatie.

De keuze voor een bepaald engagement bij jongeren vertrekt vanuit een persoonlijke interesse en de persoonlijke competenties. Ze doen graag dingen waar ze goed in zijn, of denken goed in te zijn. Ze verwachten hierbij een groot fun-gehalte, openheid, waardering, inspraak, duidelijkheid in de structuur (en hun eigen plaats binnen die structuur). Ze moeten het gevoel hebben ergens deel van uit te maken, verbonden zijn met andere jongeren en de omgeving. Jongeren moeten het gevoel hebben aan iets te participeren.

Als jongeren deelnemen aan activiteiten dan is het vertrekpunt meestal dat ze er iets aan hebben. Dit hoeft niet noodzakelijk iets actiefs te zijn. Samen met vrienden of anderen jongeren iets doen, een gevoel van avontuur en vrijheid hebben is voor hen belangrijk. Een uitdaging, nieuwe dingen leren kennen spreekt hen aan.

Jongeren hebben interesse in het algemene maatschappelijke debat en NZ-thema's en willen zich hiervoor engageren. Anderen helpen, iets goed doen is voor hen een meerwaarde. Vooral 18-plussers denken vanuit het actiegerichte en willen uitvoeren. Ze willen betrokken en mede-eigenaar zijn bij de actie, activiteit of het traject. Ze willen zelf betekenis geven aan de activiteiten waaraan ze deelnemen en rekenen op een grote flexibiliteit. Ze hebben immers ook andere engagementen. Jongeren willen niet perse achter 1 bepaalde vlag te lopen.

Een goed traject/project moet voldoen aan volgende voorwaarden:

- Vertrekkend vanuit Ownership
  - o Participatief traject
  - o Duidelijke return
  - o Verantwoordelijkheid geven aan jongeren
- Vanuit de leefwereld van jongere
  - o Zowel in thema als methodiek
  - o Bij voorkeur met mensen die ze kennen (en lokaal verankerd)
  - o Met een afgebakende doelgroep (de jongere bestaat niet)
- Vanuit de competentie van jongeren
- Win-win creëren
  - o Fungehalte moet groot zijn
  - o Zinvol
  - o Uitdagend
  - o Nuttige vrijetijdsbesteding
  - o (Succesjes opbouwen)
- Positief verhaal

## **3. Rekruteringshoger/lager**

---

We hebben 9 manieren om te rekruteren. We tonen één manier en ze gokken of de volgende foto die ze zien hoger of lager (dus beter of slechter) is om te rekruteren. Ze motiveren dan hun antwoord, na het zien van de foto.

Dit is een variant op onze Duurzaamheidshogerlager

- ⇒ Het is een discussiemethodiek, waarmee we even stil willen staan bij een paar dingen uit ons dagelijkse leven en de keuzes die we maken. We spelen volgens het gewone HL-concept. Dat betekent dat ploeg 1 begint en verder doet tot ze een 'foute' gok maken. Iedere juiste gok is een punt. Wij houden de punten bij. Bij foute gok, gaat de beurt naar de andere ploeg.
- ⇒ Doel is dus dat ploegjes niet alleen gokken of het volgende voorwerp al dan niet duurzamer is dan het vorige, maar eens ze de kaart zien, dat er daarover ook discussie ontstaat. Hoe weeg je de dingen tegen elkaar af? Het een heeft een voordeel, het ander ook? Hoe wegen?
- ⇒ Ploegjes moeten zo eigenlijk beslissen of ze een punt verdienen of niet.

#### 4. Introductiesessie

---

Als er leerlingen naar de eerste bijeenkomst komen, ben jij erin geslaagd hun nieuwsgierigheid te wekken. En misschien heb je wel het juiste lokmiddel gevonden. Jongeren willen nu weten wat er te beleven valt, en wat hun rol kan zijn. De eerste bijeenkomst heeft als doel oriënteren en activeren. Het is een voorsmaakje van de spannende dingen die nog komen. Als deze introsessie voor hen een positieve ervaring is, is de kans groot dat je hen kan vasthouden. Zij zullen bovendien zelf ook weer anderen aantrekken, als je hen daarvoor uitnodigt

#### 5. top & flop

---

Je zult het wel kennen: de bijeenkomst of vergadering met weinig of geen volk. Frustrerend voor de organisatoren, ontmoedigend voor die paar die toch zijn gekomen. Een project, groep of actie zonder volk kan jammer genoeg niet van start gaan. En rekruteren als opdracht stopt niet na de eerste bijeenkomst. Het leuke is wel dat je na een eerste bijeenkomst al wat mensen erbij hebt die mee aan de kar kunnen trekken. Rekruteren is dus de eerste stap, en van cruciaal belang.

Demos ingrediënten voor een effectieve rekrutering

- Een persoonlijke benadering
- Een extraatje
- Een belevenis in het vooruitzicht
- Starten met klein engagement
- Prikkelen met Demos beelden

#### Tip 1: Zorg dat je niet alleen staat

De leerkrachten die meewerkten aan Demos, stonden niet alleen. Zij hadden Jeugdendienst Globelink die hen informatie gaf en regelmatig contacteerde en motiveerde. Wie zoek je dan nu? Een gemotiveerde collega, een geïnspireerde leerling, een jongere met duidelijk wat computer&lay-out skills in de vingers, een leerling die zich graag verkleedt en zotte acties uithaalt? Vraag naar waar zij zoal van dromen voor de school, of zij het Demos boekje al eens bekeken hebben. Begin met weinig mensen, en begin met een kleine opdracht. De echte groep die de zaak zal trekken, moet nog ontstaan. Dat is iets geleidelijk.

#### Tip 2: Denk aan plezante dingen

Een kleine brainstorm door jou en je eerste kerngroepje kan antwoord geven op de volgende vragen.

1. Welke jongeren op school zouden positief reageren op de slogan "Green Your School!"?
2. Welke jongeren op school zouden positief reageren op de boodschap "Genoeg gezeverd, tijd voor actie!" (maw: we gaan iets doen, wie doet mee?)
3. Wat wil je bereiken na een eerste bijeenkomst?
4. Is er een actie of belevenis die iedereen uitdagend en leuk zou vinden?

#### Tip 3: Maak en verdeel een promotiemiddel

Een combinatie van bereik, motivatie en informatie is hier de 'killer-combinatie'. Hoe bereik je de doelgroep van je promotiemiddel het best? Via intranet, via een gekend bord met aankondigingen, via briefjes bij de lunches in de refter, via een leerling die zich opvallend verkleedt en snoepjes uitdeelt met de flyers aan? Flyers kunnen groot, klein of mini zijn; vierkant, rond of in 3-D, geschreven of getypt, en moeten vooral opvallen. Denk niet te snel dat hip ook duur betekent. Kleine papiertjes aan een snoepje kunnen goedkoper zijn dan A5-flyers laten drukken. Dan de inhoud: wat is je centrale slagzin? Geef alle basisinformatie. Deel je flyer vooral uit aan jongeren met wie je ook kort kunt spreken, aan jongeren die geïnteresseerd lijken. Dat maakt het een exclusiever product. Dat kan ook door het een 'uitnodiging' te noemen, en geen flyer.

#### Tip 4: Verwennen om de band met Demos te verstevigen

Jongeren moeten niet constant alles kado en kant-en-klaar krijgen. Bij het begin van een engagement echter, kan het creëren van een gevoel van betrokkenheid en goodwill erg positief zijn. Biedt hen daarom iets aan dat extra motiveert om naar de introsessie te komen. In het Demostraject kreeg elke jongere die naar de introsessie kwam, een lekker broodje. Dat stond ook zo aangekondigd op de flyer/uitnodiging. Voor sommigen was dit niet nodig, maar voor velen werd hierdoor de drempel verlaagd en was de stap naar de introsessie kleiner.

#### Tip 5: Maak het van de groep

Maak het duidelijk dat zij diegenen zijn die de actie in handen zullen nemen. Dit kan je versterken door vaak 'jij' of 'jullie' te gebruiken op de uitnodiging of flyer. *Wat* je gaat doen tijdens de bijeenkomst is ook belangrijk. Het is geen gemakkelijke maar wel de beste combinatie: een

uitgewerkte activiteit aanreiken, *waarbinnen* veel ruimte is om hun eigen ding te doen (zie volgende hoofdstukje met de ideeën)

**Tip 6: Cinema Demos**

Aan de hand van de bijgevoegde dvd kan je hen laten zien welke acties op andere scholen al zijn uitgevoerd. Door hen een blik te gunnen op het mogelijke resultaat, prikkel je hen om naar de (volgende) bijeenkomst te komen. De dvd maakt hen duidelijk dat zij ook tot zoiets in staat zijn.

**Tip 7: geen inschrijvingen**

De twee scholen die erop stonden om te werken met inschrijvingen voor de introsessie, slaagden er niet in om ook maar één leerling te trekken. Zonder inschrijvingen is het een gok, maar één die je beter kunt nemen. Als je hapjes, broodjes of iets anders voorziet, kan het zijn dat je teveel of net te weinig hebt. Dat is echter minder erg dan géén deelnemers. Overtuiging en betrokkenheid zijn je belangrijkste wapens.