



UComE Toolkit

Hoe activeer je de maatschappelijke participatie van jongeren?



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



1. Inhoudsopgave	
1. Inleiding	3
1.1. Over deze Toolkit	3
1.2. De partners	3
2. Hoe je vanuit het niets workshops creëert met betrekking tot verschillende vormen van maatschappelijke betrokkenheid	6
2.1. Spelletjes om het ijs te breken	6
3. De workshops	7
3.1. Verbeteren van communicatievaardigheden: verbaal en non-verbaal	7
3.2. Netwerken	8
3.3. Jongerenbewustzijn voor interculturele communicatie	10
3.4. Inclusie en sensitiviteit bij jongeren	12
3.5. Werken met diversiteit	13
3.6. Leiderschap en besluitvorming bij jongeren	15
3.7. Word een sociaal ondernemer	17
3.8. Externe communicatiestrategieën	19
3.9. Politiek engagement en actieve deelname	21
3.10. Jeugd in Dialoog - Spreekwedstrijd	22
3.11. Jongerenmedia: hoe maak je contact met jongeren via nieuwe mediakanalen	24
3.12. Overleg met overheden en beleidsmakers - SWOT	25
3.13. Vind je talenten en gebruik ze voor jongerenparticipatie	26
3.14. Bewust zijn van Creativiteit	28
3.15. Verhalen vertellen als hulpmiddel	29
3.16. Presenteren voor publiek	30
4. Bestaande software en digitale hulpmiddelen	31
4.1. De selectie van software en digitale hulpmiddelen	31
4.1.1. Google-formulieren	31
4.1.2. Notion	32
4.1.3. Ganttproject	33
4.1.4. Asana	34
4.1.5. Linktree	35
4.1.6. Freelogo	35
4.1.7. Trello	36
4.1.8. Slack	37
5. De ontwerpen -werktools	37
5.1. De selectie van ontwerpen	37
5.1.1. Het ontwerpproces	38
5.1.2. Tijdlijn projectmanagement	39
5.1.3. Verspreiding en communicatie	40
5.1.4. Beoordelen van effecten	41
6 Jongerenpas: een nuttig instrument voor jongeren in Europese context	42
6.1. Bevindingen over leren, onderwijzen, trainen in activiteiten in Athene, Griekenland	42
6.2. Leerpunten over de lokale context	43
Colofon	46
Disclaimer	46
Bijlagen	47
Bijlage - Quiz over communicatie Bron: Quizziz - workshop Verbetering van communicatievaardigheden: verbaal en non-verbaal	47
Bijlage - workshop netwerken	50
Bijlage - workshop netwerken - voorbeelden	51
Bijlage - Quizzen workshop interculturele communicatie	52
Bijlage - Vragen - workshop bewustwording van jongeren voor interculturele communicatie	55
Bijlage - Quiz over gelijkheid en diversiteit	56
Bijlage - Bingosjabloon	58

1.

Inleiding

1.1. Over deze Toolkit

Deze Toolkit is ontworpen in het kader van het Erasmus+ KA2 project #UComE (projectnummer: 2021-1-NL02-KA220-YOU-000028784), *"a systematized and digitized approach for the reconstitution of community engagement in youth-orientated activities"*, gefinancierd door het Erasmus+ programma van de Europese Unie, voor de periode 2022-2024.

Dit project heeft als doel de maatschappelijke en politieke participatie van jongeren na COVID19 te stimuleren. Gedurende deze periode zijn jongeren bijzonder kwetsbaar geweest, afgesloten van elk contact tijdens een levensfase waarin zij dat het meest nodig hadden voor hun persoonlijke en sociale ontwikkeling. In deze Toolkit vind je ideeën voor workshops, de werktools en handige, bestaande platforms die nuttig zijn voor jongerenwerk. Ideaal voor iedereen die zijn werk wil optimaliseren en vergelijkbare resultaten wil bereiken. Of je nu een jongerenwerker bent, een projectmanager of een jongere met een idee voor een project: wij zijn ervan overtuigd dat deze Toolkit een ieder iets te bieden heeft en van grote waarde voor je werk zal zijn. Daarom nodigen we je van harte uit om onze Toolkit te verkennen en de bronnen te ontdekken die je bij dit proces kunnen helpen.

1.2. De partners

Het samenwerkingsverband achter deze Toolkit bestaat uit organisaties uit vier verschillende Europese landen, elk met veel expertise in jeugdwerk, in verschillende vormen.

Projectleider van #UComE is ZID Theater, City Art & Performance Center, een culturele organisatie gevestigd in Amsterdam. ZID produceert het jaarlijkse, internationale ExploreZ Festival en interdisciplinaire voorstellingen en organiseert daarnaast projecten samen met kunstprofessionals, stedelijke talenten en burgers. Het werk van ZID is diep geworteld in de dynamiek van de grote stad en transformeert actuele thema's in hedendaagse voorstellingen. ZID ontwikkelde een eigen werkmethode die wordt toegepast bij het werken met verschillende doelgroepen.

Citizens In Power (CIP) is een onafhankelijke non-profit, niet-gouvernementele organisatie uit Cyprus die met hun sociale en maatschappelijke betrokkenheid tegemoetkomt aan behoeften en vragen van mensen, door hen te voorzien van zowel innovatief materiaal als gratis trainingen op het gebied van onder meer onderwijs (inclusief online onderwijs), inclusie, ondernemerschap en zaken doen, cultuur, arbeidsmarkt en levenslang leren.

IASIS NGO is een niet-gouvernementele non-profitorganisatie. Zij zijn actief op het gebied van sociale inclusie, geestelijke gezondheid en deinstitutionalisering en nemen actief deel aan de psychiatrische hervorming zoals het Ministerie van Gezondheid en Sociale Solidariteit en de Europese Unie promoot. LogoPsyCom ten slotte is een Belgische organisatie met expertise in Specifieke Leerstoornissen (SLD) als dyslexie, dyspraxie (of DCD), dyscalculie, enz. Alle hun logopedisten zijn experts op dit gebied en hun expertise is veel gevraagd bij verschillende ziekenhuizen en universiteitsklinieken.

Meer informatie over het project en de partners vind je hier: <https://ucomeproject.eu/>

De aanpak voor jongeren

Alle partners hebben veel ervaring met jongeren, waarbij zij verschillende methoden en methodologieën gebruiken.

ZID Theater- methodologie



Al meer dan 30 jaar ontwikkelt en transformeert ZID Theater een eigen werkwijze. Onze missie: door middel van theater muren tussen mensen afbreken en doorbreken. Een inclusieve aanpak is voor ZID de drijfveer om kunst en maatschappelijke vraagstukken met elkaar te verbinden. ZID werkt in verschillende domeinen: kunst & cultuur, zorg, sociaal ondernemers, onderwijs.

De eigen werkwijze van ZID Theater zet actuele maatschappelijke thema's om in artistieke processen, met professionele kunstenaars en een breed palet aan deelnemers uit verschillende doelgroepen. Dit gezamenlijk werkproces leidt tot succesvolle resultaten en mooie producties en staat voor een interculturele, intergenerationele en interdisciplinaire aanpak, uitgevoerd door competente docenten/ambassadeurs van deze methode. ZID brengt met multidisciplinaire voorstellingen en projecten de wereld om ons heen op het podium en laat performers met verschillende achtergronden stralen.

ZID Theater kiest er bewust voor om met interculturele groepen jongeren te werken en investeert in de methodiek die jongeren met verschillende achtergronden samen in projecten laat werken.

CIP-methodologie



Citizens In Power (CIP) bevordert en creëert synergiën en samenwerkingsverbanden tussen onderwijsinstellingen, maatschappelijke organisaties en de arbeidsmarkt, door het ontwerpen en uitvoeren van educatief onderzoek, adviesprojecten en praktische trainingsactiviteiten, gericht op het stimuleren van innovatie en kwaliteit voor de sociale ontwikkeling en economische vooruitgang van mensen op regionaal, nationaal en Europees niveau.

Bij CIP begrijpen we dat diversiteit een natuurlijk en waardevol aspect van moderne samenlevingen is. Daarom is ons team toegewijd om burgers te voorzien van geavanceerde tools en uitgebreide oplossingen om hen te helpen duurzaam hun volledige potentieel te bereiken. Wij geloven dat we sociale cohesie kunnen bereiken door inclusieve, rechtvaardige en progressieve samenlevingen en zijn er trots op samen te werken met topuniversiteiten, NGO's en maatschappelijke organisaties in heel Europa en daarbuiten om deze visie werkelijkheid te laten worden.

Onze onvermoeibare inspanningen komen voort uit een oprechte interesse om gemeenschappen ten goede te veranderen en we zijn enthousiast over de positieve impact die we samen kunnen maken. We gebruiken verschillende interdisciplinaire benaderingen om onze doelen te bereiken, waaronder de integratie van zowel digitale als traditionele hulpmiddelen en leermethoden. Door deze verschillende technieken te combineren, kunnen we de algehele effectiviteit van onze processen verbeteren en de beste resultaten behalen.

IASIS-methodologie



IASIS NGO is al 18 jaar actief op het gebied van jongerenparticipatie en vrijwilligerswerk. CONNECT YOUR CITY is een netwerk dat IASIS NGO heeft opgezet en dat bestaat uit jongerencentra voor jongeren tussen 16 en 30 jaar oud. Het doel is om jongeren weerbaarder te maken. Door middel van entertainment, onderwijs en voorbereidende beroepsopleidingen. Op dit moment hebben we zes jongerencentra en één hostel voor Europese vrijwilligers, die via het European Voluntary Service (EVS) programma zes maanden lang deelnemen aan onze programma's.

Hiernaast ontwikkelde IASIS NGO de mobiele applicatie CONNECT YOUR CITY om een beweging op gang te brengen en een link te vormen tussen vrijwilligers en maatschappelijke organisaties. De inhoud van onze acties is variabel en is gebaseerd op de volgende vier aspecten: milieu, onderwijs/bewustwording, verschaffen van materiaal en humanitaire Hulp. De CONNECT YOUR CITY app was het belangrijkste instrument voor het vastleggen van informatie, educatie, bewustwording, onderwijs en ondersteuning van de gemeenschap, en is uitgegroeid tot een levend platform voor interactie tussen de digitale en echte wereld.

De organisatie hanteert verschillende benaderingen als het gaat om het activeren van jongeren en hun betrokkenheid, waaronder de peer-to-peer methodologie waarbij men jongeren aanmoedigt samen te werken en leeftijdsgenoten te raadplegen bij verschillende activiteiten en initiatieven die zij binnen het netwerk ondernemen. Daarnaast benadrukt de organisatie het belang om jongeren solide beroepsmogelijkheden te bieden: IASIS werft daarom in de praktijk veelvuldig stagiaires, vrijwilligers en enthousiastelingen voor hun organisatie.

LOGOPSYCOM-methodologie



Logopsycom is in eerste instantie opgericht als zorgbedrijf, gespecialiseerd in leerstoornissen bij jongeren, met name bij 'Dys' (dyspraxie, dysphasie, dyslexie, etc.), ook wel Specifieke Leerstoornissen (SLD) genoemd en werkt daarom altijd aan de toegankelijkheid van content.

Bij het trainen van jongeren volgen we een veelomvattende aanpak die theoretische kennis, praktische vaardigheden en ervaringsleren combineert. We organiseren regelmatig interactieve workshopsessies waarin opvoeders kunnen leren over de principes en theorieën van inclusief onderwijs.

We bieden ook praktische trainingsmogelijkheden, zodat deelnemers de geleerde concepten kunnen toepassen. Hierbij kan het gaan om het werken met praktijkprojecten, het uitvoeren van onderzoek, het ontwerpen en implementeren van pilotprogramma's of het creëren van onderwijsmateriaal met behulp van alternatieve methoden en tools. We stimuleren een collaboratieve leeromgeving die creativiteit en een persoonlijke aanpak aanmoedigt.



2. Hoe je vanuit het niets workshops creëert met betrekking tot verschillende vormen van maatschappelijke betrokkenheid

In dit deel van de Toolkit vind je, zoals de titel al aangeeft, een serie workshops die het consortium heeft opgezet. In totaal 18 inspirerende en nuttige workshops voor het benaderen van en werken met jongeren.

We raden aan eerst een zogenoemde ijsbreker te gebruiken voordat je met een workshop begint. Dit helpt zowel de deelnemers als de trainers bij het bereiken van de doelen van de workshop. We hebben ter inspiratie een aantal ijsbrekers geselecteerd voor de lezer en de jongerenwerkers in de praktijk.

2.1. Spelletjes om het ijs te breken

Spel 1: Twee waarheden en een leugen

Two Truths and a Lie is overal te gebruiken. Je vraagt eenvoudig weg aan iedereen om drie 'feiten' over zichzelf te vertellen - twee feiten die daadwerkelijk kloppen en één moet een leugen zijn. Een leuk en boeiend spel dat deelnemers kan helpen zaken over elkaar te leren, zodat ze direct een hechtere band vormen.

Spel 2: Kunstwedstrijd

Schrijf de namen van de deelnemers op, stop de papiertjes in een schaal en laat iedereen willekeurig één van de namen pakken. Vervolgens maken de deelnemers binnen twee minuten een portret van die persoon, presenteert iedereen dat en moeten de anderen raden om wie het gaat. Een eenvoudige manier om banden te smeden en met elkaar te lachen...

Spel 3: Zoek een persoon die....

Maak een lijst met vragen om mensen beter te leren kennen, geef het document met al die vragen aan de deelnemers en laat hen vijf minuten met elkaar praten en de vragen stellen, zodat elke deelnemer minstens één persoon per vraag/antwoord heeft. De deelnemer die als eerste klaar is, wint. Als de tijd voorbij is, kan iedereen delen wat zij hebben ontdekt en praten over wat ze leuk en niet leuk vinden.

Voorbeelden voor een reeks vragen die beginnen met 'Zoek een persoon 'die'...

- **meer dan één taal spreekt**
- **van lezen houdt**
- **van sport houdt**
- **in het buitenland heeft gewoond**
- **horrorfilms haat**
- **één specifieke sport beoefent**
- **voor 7 uur 's ochtends wakker wordt**
- **X meter lang is**
- **een broer/zus heeft**
- **videogames speelt**
- **van tekenen houdt**

Spel 4: De bodyscan

Om de mensen die deelnemen aan de workshop actiever en meer betrokken te laten zijn, is het handig om hen te vragen hun lichaam te bewegen en hun stem te laten horen.

Hiervoor vraagt de trainer de deelnemers in een cirkel te gaan staan en vervolgens met hun handen vanaf hun voeten tot hun hoofd hun lichaam af te tasten. De trainer begeleidt en geeft feedback over de houding van de deelnemers. Hierna maakt iedereen een beweging die hij leuk vindt; eerst doet hij het zelf, daarna doet de rest van de deelnemers dit na. Als alle deelnemers hun bewegingen hebben gedaan, laat je iedereen springen en 'gekke' bewegingen naar de grond doen, om alle emoties in hun lichaam te integreren.

3. De workshops

3.1. Verbeteren van communicatievaardigheden: verbaal en non-verbaal

- **Geschatte tijd/duur:** 1u - 3u30
- **Korte beschrijving en doelstellingen van de workshop:** Deze workshop biedt werkmiddelen en vermogens die jongeren helpen hun verbale en non-verbale vaardigheden te verbeteren. Dit maakt dat zij beter zijn voorbereid om situaties op school en in hun volwassen leven aan te gaan. De doelstellingen van de workshop: leren over verbale en non-verbale communicatievaardigheden, hun vaardigheden erkennen, verbeteren en toepassen in hun leven. Belangrijkste leerresultaten: kennis over hoe verschillende soorten verbale en non-verbale communicatie te identificeren. Levensvaardigheden: empathie, verbale communicatie, non-verbale communicatie, decoderen. Creatieve vaardigheden: aanpassingsvermogen, geduld, humor, luisteren.
- **Materiaal:** computer, projector en indien beschikbaar een groot scherm of muur om op te projecteren.
- **Minimale deelnemers:** minimaal 2, maximaal 30.

Beschrijving van de werkwijze:

- **Eerste deel:** Inleiding tot communicatie. De workshop kan beginnen met een eenvoudige vraag: 'Wat is communicatie?'
 - Luister naar de input van mensen en probeer een definitie voor communicatie te maken.
 - Doe de quiz (beschikbaar in bijlage 1) om extra informatie te op te halen en de definitie te vervolledigen.
 - Stel een duidelijke uitleg op over de verschillen tussen verbaal en non-verbaal.
- **Tweede deel:** Beeldbeschrijving - wat zeggen we met onze lichaamstaal?
 - Kies een grote verscheidenheid aan afbeeldingen en vraag de deelnemers ze te beschrijven en na te denken over wat de gebaren en houdingen overbrengen. Bijvoorbeeld: iemand die met zijn armen over elkaar zit, iemand die met zijn ogen rolt of een gebaar maakt dat aangeeft: 'je bent gek'.
- **Derde deel:** Oefenen.
 - Stel verschillende gevoelens of emoties voor en laat de deelnemers deze met behulp van uitsluitend lichaamstaal weergeven. Elke deelnemer moet er minstens één uitbeelden.
 - Lees met verschillende intonaties hardop zinnen voor. Vraag bijvoorbeeld aan drie deelnemers om de zin 'Ik hou van een kop koffie 's morgens' voor te lezen; de één met een blijde intonatie, de ander ironisch en weer een ander moe.
- **Vierde deel:** Spel: verbeeld de situatie of zin. Eén persoon handelt en de rest van de groep moet raden. Stel een reeks rondes vast; elke deelnemer moet minstens één keer meedoen.
 - Elke ronde moet één deelnemer een situatie, gevoel of boodschap uitbeelden, met behulp van alleen lichaamstaal of intonatie, en de teamleden moeten raden.
 - De tijd om uit te beelden is beperkt (45 seconden of 1 minuut).
 - Het team met de meeste punten wint.

Opmerkingen: Communicatievaardigheden zijn essentieel voor het ontwikkelen van een persoonlijkheid en om relaties aan te gaan. Deze workshop helpt jongeren hun communicatievaardigheden te ontwikkelen en zo hun betrokkenheid bij de samenleving te vergroten.

Variaties: De onderdelen kunnen in één sessie worden gedaan of in verschillende sessies, afhankelijk van de beschikbare tijd.

Tweede deel: Als de deelnemers uit verschillende landen komen, kies dan voor een grote verscheidenheid aan gebaren (sommige zijn verschillend en sommige zijn hetzelfde maar kunnen al gelang de cultuur verschillende betekenissen hebben) en vraag hen naar de betekenissen. [Voorbeelden kun je vinden in video 1 - Gebaren over de hele wereld](https://www.youtube.com/watch?v=JCwyRn40fvk) (<https://www.youtube.com/watch?v=JCwyRn40fvk>) of [video 2 - Culturele verschillen en lichaamstaal](https://www.youtube.com/watch?v=oTPZWpQ9pbA) (<https://www.youtube.com/watch?v=oTPZWpQ9pbA>).

3.2. Netwerken

- **Geschatte tijd/duur:** 1u - 3u30
- **Korte beschrijving en doelstellingen van de workshop:** Deze workshop leert je over netwerken en reikt technieken en vaardigheden aan voor succesvolle en duurzame netwerkrelaties. De doelstellingen van de workshop: begrijpen wat netwerken is; het juiste moment en de juiste mensen om mee te netwerken herkennen; duurzame en vruchtbare relaties opbouwen. Belangrijkste leerresultaten: kennis van de positieve kant van netwerken en hoe je netwerken in je leven kunt implementeren. Levensvaardigheden: interpersoonlijke communicatie, kritisch denken, teamwerk. Creatieve vaardigheden: aanpassingsvermogen, verbale en non-verbale communicatie, empathie.
- **Materialen:** computer, projector en indien beschikbaar een groot scherm of muur om op te projecteren.
- **Minimale deelnemers:** minimaal 2, maximaal 30.

Beschrijving van de werkwijze:

De verschillende onderdelen van de workshops kunnen in één sessie of verdeeld over verschillende sessies worden gedaan. Sessies en onderdelen kunnen korter of langer duren, afhankelijk van de grootte van de groep en de beschikbare uren/dagen om de activiteit te ontwikkelen. Voor het derde deel van deze workshop hoef je bijvoorbeeld niet alle voorgestelde spellen te doen. Als je de workshop korter wilt maken, kun je ervoor kiezen om slechts één of twee spelletjes te doen.

- **Eerste deel:** Inleiding tot netwerken.
Stel deelnemers vragen en discussieer hierover: *Wat is netwerken? Waarvoor is het nuttig? Heb je al eerder aan netwerken gedaan?*
- **Tweede deel:** Netwerkspel – BINGO.
Geef elke deelnemer een bingosjabloon om in te vullen - maak een kaart en verdeel deze in vakjes met de naam van de deelnemer en verschillende vragen of informatie (bijvoorbeeld: favoriete dier/ kleur, schoenmaat, grootste angst, woonplaats, beste vaardigheid, favoriete winkel, favoriete hobby, ideale baan, één activiteit op je bucketlist, studies, gesproken talen, etc....). De sjabloon staat in de bijlage.

Deelnemers vullen eerst hun gegevens in. Vervolgens moeten zij binnen een bepaalde tijd mensen vinden met wie ze dezelfde informatie denken te delen. Bijvoorbeeld: iemand die twee talen spreekt, moet mensen vinden die ook twee talen spreken. Hebben ze dat voor elk vakje voor elkaar, dan kunnen ze BINGO! roepen. De eerste met BINGO! wint. Als er niet genoeg tijd is, kun je ook aangeven dat een specifiek aantal vakjes nodig is om BINGO! te schreeuwen. Dan wint bijvoorbeeld eerste persoon die tien vakjes heeft ingevuld.

Bespreek hierna ieders antwoorden en hoe nuttig het voor hen is om te beschikken over de informatie die ze van de anderen hebben verzameld. Voorbeeld: 'Wie van jouw kaart zou de meest nuttige connectie voor jouw netwerk zijn? Waarom? Hoe kan een 'leuke' overeenkomst als 'favoriete hobby' of 'lievelingsdier' helpen bij de ontwikkeling van je carrière? Hoe kan een overeenkomst op het gebied als 'beste vaardigheid' of 'gesproken

talen' nuttig zijn in je persoonlijke leven? Kunnen sociale media je helpen netwerken? Kunnen posts op social media je persoonlijke of professionele carrière positief of negatief beïnvloeden?

- **Derde deel:** Interpersoonlijke communicatie en netwerken.

Leg uit dat netwerken inhoudt dat je vruchtbare en nuttige relaties met mensen opbouwt.

En dat de manier waarop we communiceren - verbaal en non-verbaal - daarbij belangrijk is.

Bij het netwerken breng je boodschappen over en daarbij telt ook je lichaamstaal.

Deelnemers moeten alles onder controle hebben om een goed imago uit te stralen.

Kies een of meer spelletjes waarbij deelnemers hun verschillende communicatievaardigheden moeten gebruiken, bijvoorbeeld "taboe", "telefoon" of "lipl lezen van leugenaars". Zie de bijlage voor meer informatie.

- **Vierde deel:** Oefenen.

Om in de praktijk te brengen wat de deelnemers hebben geleerd via de spelletjes tijdens het derde deel, doe je een netwerkspeeddatespel. Met als doel: leren hoe je een basisintrodunctie doet (glimlachen, iemand in de ogen kijken, een hand geven) en hoe je een nieuwe kennis over jezelf

vertelt; leren hoe je een goede luisteraar kunt zijn en vragen kunt stellen over iemand anders. Vind

hier meer informatie over hoe je kunt spelen [https://](https://wordpressstorageaccount.blob.core.windows.net/wp-media/wp-content/uploads/sites/679/2018/08/SpeedNetworking-Lesson-Plan.pdf)

[wordpressstorageaccount.blob.core.windows.net/wp-media/wp-content/uploads/sites/679/2018/08/](https://wordpressstorageaccount.blob.core.windows.net/wp-media/wp-content/uploads/sites/679/2018/08/SpeedNetworking-Lesson-Plan.pdf)

[SpeedNetworking-Lesson-Plan.pdf](https://wordpressstorageaccount.blob.core.windows.net/wp-media/wp-content/uploads/sites/679/2018/08/SpeedNetworking-Lesson-Plan.pdf).

- **Vijfde deel:** Netwerken via sociale media – Tips.
 - Leg uit dat sociale media een belangrijke rol spelen bij persoonlijke en professionele netwerken.
 - Vraag hen een lijst te maken van de sociale media die ze kennen en deze in te delen in categorieën: professioneel, naar type werk, persoonlijk en soorten connecties (LinkedIn is bijvoorbeeld heel nuttig in het economische bedrijfsleven, Instagram is nuttiger voor artistieke banen).
 - Geef tips om ze goed te gebruiken. Zie in de bijlage enkele voorbeelden.

Opmerkingen: Netwerken is noodzakelijk voor je persoonlijke en professionele leven. Weten hoe je met mensen omgaat, je gedragen volgens de context en goede relaties opbouwen zal jongeren helpen hun vaardigheden te ontwikkelen en een betere samenleving te creëren.

Variaties: De workshop is opgedeeld in verschillende delen. Ze kunnen in één sessie worden gedaan of in meerdere, afhankelijk van de tijd en de grootte van de groep.

Tips voor trainers: Vind meer inspiratie over onderwerpen en vragen in [Quizlet 1 \(https://quizlet.com/324536668/professional-networking-flash-cards/\)](https://quizlet.com/324536668/professional-networking-flash-cards/) of [Quizlet 2 https://quizlet.com/186178463/professional-networking-flash-cards/](https://quizlet.com/186178463/professional-networking-flash-cards/).



Voor het derde deel kun je inspiratie halen uit de workshop 'Verbeter communicatievaardigheden - verbaal en non-verbaal'. Ook is [hier](#) een lijst met nuttige spelletjes te vinden <https://teambuilding.com/blog/communication-games>.

Vergeet niet aan het einde van deze activiteit om deelnemers te debriefen aan de hand van een aantal vragen, zodat ze kunnen reflecteren op wat ze hebben geleerd. Voor het vijfde onderdeel vind je meer informatie in dit [artikel in de New York Times](#) (<https://www.nytimes.com/guides/business/social-media-for-career-and-business>).

Voorbeelden van debriefingsvragen: *Welk deel van het spel was makkelijker of moeilijker? Waarom? Welke vaardigheden heb je volgens jou het meeste nodig? Welke vaardigheden moet je nog ontwikkelen? Welke van deze vaardigheden vind je belangrijker voor netwerken?*

3.3. Jongerenbewustzijn voor interculturele communicatie

- **Geschatte tijd/duur:** 2u - 4u
- **Korte beschrijving en doelstellingen van de workshop:** Deze workshop maakt jongeren bewust van interculturele communicatie, zodat zij begrip en empathie kunnen ontwikkelen ten opzichte van mensen met verschillende culturen en achtergronden. Doelstelling is het begrijpen van culturele diversiteit en de noodzaak van wederzijds begrip; groepscommunicatiestrategieën ontwikkelen waarbij verschillende culturen en achtergronden samengaan. Belangrijkste leerresultaten: kennis over hoe te werken met groepen en mensen uit verschillende culturen en de onderlinge samenwerking verbeteren. Levensvaardigheden: empathie, culturele waarden, geduld, bewustzijn, interculturele communicatie, kritisch denken en tolerantie. Creatieve vaardigheden: ruimdenkendheid, aanpassingsvermogen, integriteit en conflictoplossing.
- **Materiaal:** computer, projector en indien beschikbaar een groot scherm of een muur om op te projecteren. Papieren, potloden, markeerstiften.
- **Minimale deelnemers:** minimaal 3, maximaal 30.

Beschrijving van de werkwijze:

- **Eerste deel:** Als de deelnemers elkaar niet kennen of als het de eerste keer is dat je met hen werkt, vraag hen dan om zichzelf kort te introduceren en hun naam, leeftijd, nationaliteit, talen en hobby's aan te geven. Je kunt dit bijvoorbeeld doen met een ijsbreker, om het leuker te maken.
- **Tweede deel:** definities + quiz (verschillende situaties en mogelijke antwoorden). Verdeel de deelnemers over groepjes en probeer deze zo divers mogelijk te maken (geslacht, leeftijd, nationaliteit, enz.). Presenteer de belangrijkste termen met betrekking tot het onderwerp en vraag de deelnemers om ze te koppelen aan de juiste definities. Dit zijn enkele nuttige termen ([Bron: Quizlet](#) <https://quizlet.com/89028727/cross-cultural-communication-quiz-1-flash-cards/>):
 - **Interculturele communicatie** - Interactie tussen mensen van wie de culturele percepties en symbolensystemen genoeg verschillen om de communicatiegebeurtenis te veranderen.
 - **Dominante Cultuur** - Kenmerken van alle culturen, een collectieve groep bezit de machtsinstrumenten waarmee het bepalend is voor de brede maatschappelijke agenda die de meerderheid van de anderen gewoonlijk zal volgen.
 - **Co-cultuur** - Groepen of sociale gemeenschappen die percepties, waarden, overtuigingen, communicatieve gedragingen en sociale praktijken vertonen die voldoende verschillen van andere groepen en gemeenschappen en van de dominante cultuur.
 - **Samenleving** - Allesomvattende georganiseerde menselijke interacties, zoals sociale structuur, organisaties en instellingen.

- **Fasen van cultuurschok** - Opwinding, Ontgoocheling, Aanpassing, Effectief functioneren.
- **Fundamentalisme** - Tijdloze morele waarheden die geworteld zijn in de menselijke natuur.
- **Relativisme** - Bepalen wat goed en slecht is, is niet absoluut maar relatief

Nadat elke groep heeft samengewerkt, moeten ze hun resultaten presenteren en vergelijken met de rest van de groepen.

Introduceer de quiz (twee voorbeelden op papier in de bijlage). Ze gaan in groepjes werken en schrijven hun antwoorden op, waarna ze die vergelijken met die van de rest van de groepjes.

- **Derde deel:** foto's (beschrijving en mening) - debat (is dat goed of fout?)

Selecteer foto's van situaties en mensen uit verschillende culturen en voeg een korte beschrijving van de situatie toe (bijvoorbeeld een persoon met zijn/haar schoenen in het huis van iemand anders - in sommige culturen beschouwt men dit als een gebrek aan respect, terwijl het in andere culturen acceptabel is). Vraag de teams om ze te beschrijven en te bespreken om vervolgens aan de rest te presenteren wat hun conclusies zijn. Ze kunnen ook de vooroordelen en de positieve meningen die mensen hebben over de beelden opschrijven.

Debat - deelnemers gaan individueel aan de slag: presenteer verschillende situaties, gewoonten, overtuigingen en waarden en debatteer erover. Het is bijvoorbeeld ongepast om naar je salaris te vragen (in sommige landen is dat taboe, in andere niet).

- **Vierde deel:** Afsluiting - bespreek hun conclusies na de workshop/wat zij hebben geleerd

Vragen: kennen zij mensen uit andere culturen? Wat vinden ze van hen? Hebben ze problemen met hen? Hoe zouden we die kunnen oplossen? Begrijpen we dat onze cultuur ons op totaal verschillende manieren hetzelfde laat zien/laat handelen en dat er vele manieren zijn om dezelfde situatie te interpreteren? Wist je dat er koude culturen en warme culturen bestaan? Kende je de specifieke kenmerken van elke religie?

Geef kleine stukjes papier en vraag de deelnemers om hun antwoorden op te schrijven. Vraag ze om ze op een muur te plakken of op een poster die voor dat doel is gemaakt.

Als ze klaar zijn, lees ze dan hardop voor, vraag wie ze geschreven heeft en vraag hen om hun mening te ontwikkelen en een debat te creëren waarin ze aan de rest vragen of ze het ermee eens zijn of niet.

Opmerkingen: Er spelen veel verschillende aspecten waar we rekening mee moeten houden als we jongeren bij gemeenschappen willen betrekken. Jongeren hebben naast specifieke problemen gerelateerd aan hun leeftijd ook verschillende achtergronden en kunnen uit verschillende culturen komen. Bij een geslaagde deelname aan een interculturele gemeenschap zijn interculturele communicatie en bewustzijn essentieel voor het ontwikkelen van empathie en begrip onder jongeren. Als jongeren een goed beeld hebben van interculturaliteit zijn ze beter voorbereid op deelname aan de maatschappij, omdat ze dit dan kunnen toepassen in hun dagelijks leven, werk en relaties. Dit van jongs af aan leren is essentieel om te bouwen aan gezondere samenlevingen.

Variaties: Als de deelnemers uit verschillende landen komen, is het gemakkelijker om een en ander toe te lichten en culturele verschillen en standpunten aan de orde te brengen. Het debat zal organisch verlopen aangezien de deelnemers afhankelijk van hun achtergrond verschillend zullen reageren op de diverse situaties waarmee zij worden geconfronteerd. In het geval dat alle deelnemers uit dezelfde stad, regio of hetzelfde land komen: richt de vragen dan op hun persoonlijke achtergrond (familie, gewoonten, kennis, regionale gebruiken/talen etc.). Zodoende kunnen zij ook leren anderen te begrijpen en respecteren. Hebben zij op deze manier culturele vaardigheden ontwikkeld en in de praktijk gebracht, dan kunnen zij vervolgens aan de slag met scenario's met mensen uit andere landen om hetgeen zij hebben geleerd toe te passen en situaties te analyseren.

Tips voor trainers: Vraag de deelnemers om zichzelf voor te stellen en hun naam, leeftijd, nationaliteit, talen en hobby's te delen, als uitgangspunt voor de rest van de activiteiten. Houd rekening met hun achtergronden en overtuigingen om te anticiperen op mogelijke conflicten tijdens de workshop en om ervoor te zorgen dat iedereen zich op zijn of haar gemak voelt. Zorg er tijdens elke stap voor dat iedereen aan het woord komt; inclusie en diversiteit van meningen zijn essentieel voor het verrijken van de activiteit.

3.4. Inclusie en sensitiviteit bij jongeren

- **Geschatte tijd/duur:** 1u - 2u
- **Korte beschrijving en doelstellingen van de workshop:** Deze workshop is erop gericht jongeren bewust te maken van interculturele communicatie, om empathie voor anderen te ontwikkelen en in te zien dat het belangrijk is om ruimdenkend en respectvol te zijn. Om diversiteit te omarmen en te vieren, zodat onderlinge verschillen een positieve bron om te leren kunnen zijn, in plaats van de oorzaak te vormen voor schadelijke competitie en vooroordelen. De doelstellingen van de workshop zijn het begrijpen van diversiteit en de vorm ervan, het leren over verschillende werkelijkheden en het respecteren daarvan, het creëren van diverse en gelijke ruimten voor iedereen. Belangrijkste leerresultaten: kennis van de behoefte aan diversiteit en de positieve effecten ervan in samenlevingen. Levensvaardigheden: empathie, begrip, culturele waarden, bewustzijn. Creatieve vaardigheden: aanpassingsvermogen, geduld, integriteit, vrijgevigheid.
- **Materiaal:** computer, projector en indien beschikbaar een groot scherm, zo niet: een muur om te projecteren. Papieren, potloden, markeerstiften.
- **Minimum aantal deelnemers:** minimaal 10, maximaal 30.

Beschrijving van de werkwijze:

- **Eerste sessie/deel:** inleiding en eerste standpunten.

Vraag elke deelnemer om zichzelf voor te stellen, zijn naam te zeggen en in één of twee zinnen uit te leggen wat volgens hem/haar diversiteit is. Bespreek wat diversiteit is. Dit kan met behulp van een video (bijvoorbeeld: [Wat is diversiteit](https://www.youtube.com/watch?v=HT9dtDSRDFa?) <https://www.youtube.com/watch?v=HT9dtDSRDFa?>). Meer video's zijn [hier](https://diversity.social/diversity-inclusion-videos/) te vinden <https://diversity.social/diversity-inclusion-videos/>. Een quiz kan ook nuttig zijn, er is er een beschikbaar in bijlage 2.

- **Tweede sessie/deel:** Heb jij vooroordelen?

Vraag de deelnemers om aannames die ze hebben ten opzichte van de andere deelnemers op een stuk papier te schrijven en dat voor zichzelf te houden tot het einde van de activiteit. Maak een soortgelijke activiteit als deze '[Alles wat we delen](https://www.youtube.com/watch?v=jD8tjhVO1Tc)' <https://www.youtube.com/watch?v=jD8tjhVO1Tc>. Schrijf de vragen op die het beste passen bij de leeftijdsgroep van de deelnemers en maak ze zo gevarieerd mogelijk. Een lijst met vragen is beschikbaar in bijlage 1.

- **Derde sessie/deel:**

Vraag de deelnemers om twee of meer mensen uit de groep te kiezen, afhankelijk van de tijd en de grootte van de groep, om hun aannames over hen voor te lezen en uit te leggen wat ze dankzij het spel hebben ontdekt. Vraag elke deelnemer, nadat iedereen aan de beurt is geweest, wat hij of zij vervelend vond aan sommige aannames die anderen over hen hadden.

- **Vierde sessie/deel:**

Kijk naar een film waarin diversiteit en inclusiviteit worden besproken (bijvoorbeeld [Hors normes](https://www.youtube.com/watch?v=gRLC6syOqDE) <https://www.youtube.com/watch?v=gRLC6syOqDE> of [Campeones](https://www.youtube.com/watch?v=qo_PDXou77c) https://www.youtube.com/watch?v=qo_PDXou77c). Veel films bespreken deze onderwerpen vanuit verschillende perspectieven; [hier](https://steptohealth.com/must-see-movies-about-diversity-and-inclusion/) vind je een lijst <https://steptohealth.com/must-see-movies-about-diversity-and-inclusion/>.

Voer aan het eind een debat waarin deelnemers de film analyseren en hun standpunten delen. Bereid een reeks vragen voor: wat vind je van de film? Welke diversiteitsaspecten komen aan bod? Hoe worden ze behandeld? Vind je dat ze goed behandeld worden? Voel je empathie met de hoofdpersonen? Wat zou jij doen in hun situatie? Wist je dat dit soort uitsluiting bestaat? Wat zou jij doen als je in zo'n situatie zou bevinden?

Opmerkingen: Jongeren bewust maken van de noodzaak van diverse, gelijke en inclusieve samenlevingen is de sleutel tot het opbouwen van meer gezonde gemeenschappen. Jongeren zouden zich daarvan bewust moeten zijn en begrijpen dat het respecteren en accepteren van andere werkelijkheden noodzakelijk is voor ontwikkeling en ontplooiing. Het aanleren van respectvolle normen van jongs af aan is essentieel om te werken aan gezondere samenlevingen.

Variaties: Raadpleeg voor meer ideeën over vragen en onderwerpen deze bronnen: <http://www.inclusion-europe.eu/> en https://ec.europa.eu/assets/eac/youth/library/reports/inclusion-diversity-strategy_en.pdf

Tips voor trainers: Vind inspiratie en geheugensteuntjes in [quiz 1](https://app.quizalize.com/view/quiz/unit-2-equality-and-diversity-ae2ff54a-e67e-4a3e-8913-8b7a5d5c4d6b) <https://app.quizalize.com/view/quiz/unit-2-equality-and-diversity-ae2ff54a-e67e-4a3e-8913-8b7a5d5c4d6b> of [quiz 2](https://quizizz.com/admin/quiz/5ccc0169475bf4001d21b3d2/equality-and-diversity) <https://quizizz.com/admin/quiz/5ccc0169475bf4001d21b3d2/equality-and-diversity>. Beschikbaar in [bijlage 2](#): quiz over gelijkheid en diversiteit.

De ervaring zal interessanter zijn als de deelnemers een verschillende achtergrond en verschillende huidskleuren, overtuigingen, gewoonten, handicaps, enz. hebben. Als dat niet het geval is, besteed dan een deel van de workshop aan het laten zien van mensen met andere profielen, bespreek vooroordelen die zij hebben over deze mensen en maak hen bewust van de noodzaak om mensen die anders zijn dan zij te accepteren.

3.5. Werken met diversiteit

- **Geschatte tijd/duur:** 1.30h
- **Korte beschrijving en doelstellingen van de workshop:** Deze workshop richt zich op het werken met individuen of groepen die verschillende perspectieven hebben. Met als doel het vergroten van het bewustzijn dat deelnemers hebben waar het diversiteitskwesties betreft en meer begrip te kweken voor mensen met verschillende achtergronden. Door middel van diversiteitsactiviteiten, ook wel DEI-activiteiten (diversity, equity, and inclusion) genoemd, leren deelnemers hoe zij een veilige werkomgeving kunnen creëren, waar men de verschillen tussen mensen accepteert en waardeert. Dit is essentieel om efficiënt en effectief te kunnen werken, zonder conflicten en spanningen die vaak het gevolg zijn van onjuiste en onnodige aannames. De effecten van privileges die mensen hebben, spelen een belangrijke rol in ieders leven. Iedereen die we kennen heeft te maken met omstandigheden waar we ons niet van bewust van zijn. In een diverse leefomgeving dienen empathie en respect prioriteit te krijgen. Daarnaast is het van belang dat we begrijpen hoe we onze aannames en vooroordelen kunnen ontstijgen, zodat we met meer succes kunnen verbinden en samenwerken.
- **Materiaal:** telefoons
- **Minimum aantal deelnemers:** 3

Beschrijving van de werkwijze:

- **Ijsbreker-activiteit**
Titel: *'Ik ben uniek omdat...'*

De eerste activiteit is een korte warming-up om deelnemers de kans te geven elkaar beter te leren kennen. Het doel is hen te laten nadenken over wat hen uniek maakt, zonder daarbij in verwaandheid te vervallen natuurlijk. Op deze manier kunnen deelnemers ontdekken of ze eigenschappen met anderen delen en daar interessante discussies over starten. Als begeleider vraag je de deelnemers om een cirkel te vormen en roept een

vrijwilliger op om in het midden te gaan staan. Deze vertelt vervolgens waarom hij/zij zich uniek voelt. Als dit statement ook voor anderen geldt, nodig je hen uit om ook in het midden te komen staan en erover te



praten. De statements kunnen humoristisch zijn of verwijzen naar sociale en/of culturele identiteit.
Bijvoorbeeld:

"Ik ben uniek omdat ik geen friet lust"

"Ik ben uniek omdat ik slechtiend ben"

De begeleider moedigt alle deelnemers aan om deel te nemen en tenminste één verklaring over zichzelf af te leggen. Probeer de tijd te beperken tot maximaal 20 minuten. Als er weinig deelnemers zijn, kan iedereen ook een tweede verklaring afleggen. De oefening kan zowel binnen als buiten plaatsvinden, waarbij buiten de voorkeur heeft.

- **Hoofdactiviteit**

Titel: *'Ik ben, maar ik ben het niet'*

'I Am, But I Am Not' (*Ik ben, maar ik ben het niet*) is een DEI-activiteit die misvattingen en stereotypen doorbreekt door mensen te laten vertellen over hoe zij zichzelf identificeren. Deze oefening stelt hen in staat aan de slag te gaan met factoren die bepalend zijn voor de stereotypen rond deze identiteit.

Voordat de oefening begint, brengt de trainer eerst een korte discussie op gang over DEI: waar staat elke letter voor en wat is het belang ervan in ons dagelijks leven. Daarna maakt de trainer drie groepen: elke groep krijgt één van de drie woorden van het acroniem (Diversity, Equity en Inclusion) om verder te discussiëren over hoe dit beter kan in plaatselijke gemeenschappen.

Na dit DEI-gesprek kan de activiteit 'Ik ben, maar ik ben niet' beginnen. Voor een creatievere benadering van het hele proces wordt elke deelnemer gevraagd om zijn/haar zinnen digitaal uit te beelden, met behulp van de Free Logo site. Iedere deelnemer begint elke zin met de woorden: "Ik ben..", gevolgd door een zin die begint met de frase: "Maar, ik ben niet.." De laatste zin luidt "Ik ben, maar ik ben niet". Daarna worden deelnemers aangemoedigd om het eerste vakje in te vullen met een veelvoorkomende identiteit, zoals ras, religie, geslacht, enzovoorts en het tweede vakje met een veelvoorkomende stereotype over die identiteit die niet voor hen geldt (of het stereotype nu positief of negatief is).

Bijvoorbeeld:

"Ik ben sociaal, maar ik ben niet extravert."

"Ik ben een vrouw, maar ik ben niet zwak".

Door het gebruik van aantrekkelijke lettertypes, kleuren en zelfs stickers kan de begeleider deelnemers inspireren om artistieker te zijn. Als de deelnemers klaar zijn met de opdracht, kunnen ze hun foto's downloaden en delen met de begeleider.

Omdat de website Free Logo het belangrijkste hulpmiddel voor de activiteit is, hebben alle deelnemers een apparaat (telefoon, laptop, etc.) met internettoegang nodig. De DEI-discussie duurt niet langer dan 15 minuten en het schrijven van de zinnen ongeveer 30 minuten.

- **Nagesprek**

Het debriefingsgedeelte is bedoeld om de stellingen van de deelnemers grondig te analyseren. De rol van de trainer is het op gang brengen van een open discussie over stereotypen, waarbij de deelnemers zich veilig voelen om er openlijk over te praten. De trainer moedigt de deelnemers aan om hun beelden in de groep te presenteren en emoties en gedachten die ze tijdens het project hadden te delen. Vragen die de trainer kan stellen om de discussie te bevorderen zijn bijvoorbeeld:

- **Op welke onderdelen van deze identiteit ben je het meest trots?**
- **Wat zou je willen dat mensen wisten over dit aspect van je identiteit?**
- **Wat zou mensen kunnen verbazen over hoe jij je verhoudt tot dit deel van je identiteit?**
- **Hoe hebben deze stereotypen jou beïnvloed?**

Deelnemers gaan één voor één staan om hun foto's aan de anderen te laten zien. Ze mogen ook vragen stellen om de discussie op gang te brengen. Nadat iedereen zijn presentatie heeft gegeven, kunnen ze kort

samenvatten wat ze hebben geleerd en verworven met deze activiteit. De nabespreking mag niet langer dan 40 minuten duren.

Opmerkingen: Tegenwoordig werken mensen met verschillende achtergronden vaak samen met elkaar. Voor het succesvol verlopen van multicultureel teamwerk, moeten jongerenwerkers ervan op de hoogte zijn welke competenties er nodig zijn om te slagen in diverse omstandigheden. Een DEI-strategie is daarbij belangrijk en deze activiteit onderstreept dat. Het is een essentieel aspect voor het werken aan de betrokkenheid en het geluk van mensen. Jongerenorganisaties met sterke DEI-initiatieven komen tot samenwerkingsverbanden waarbij mensen meer tevreden zijn, met een hoger vertrouwen en betrokkenheid.

De activiteit 'Ik ben, maar ik ben niet' zorgt voor bewustzijn over diversiteit en inclusiviteit. Als we niet het hele verhaal kennen, kunnen stereotypen gebruikt worden om hele groepen mensen te veroordelen of zelfs te demoniseren. De manier om stereotypen te devalueren is door anderen te zien en te waarderen zoals ze zijn. Met het implementeren van ook de digitale tool, helpen we met het brengen van een moderne en gesynchroniseerde benadering van de hele werkwijze.

Variaties: Als er meer dan 20 deelnemers zijn, raden we aan om hen bij de hoofdactiviteit in kleine groepen van 2 tot 3 deelnemers te verdelen, waarbij zij moeten beslissen om slechts 4 foto's per groep te maken.

Tips voor trainers: De activiteit kan gemakkelijk emotioneel beladen zijn. De trainer dient iedereen daarom met respect en vriendelijkheid te behandelen. Gebruik de juiste terminologie: inclusief en genderneutraal taalgebruik kan voorkomen dat mensen van streek raken. Om dit beter te begrijpen, raden we je aan [dit artikel](https://www.un.org/en/gender-inclusive-language/guidelines.shtml) te lezen. (<https://www.un.org/en/gender-inclusive-language/guidelines.shtml>)

Na de reflectie kunnen deelnemers in hun plaatselijke gemeenschap uitdragen wat zij hebben geleerd. Om het bewustzijn over diversiteit te vergroten, raden we aan een video te maken en die op internet te zetten. Een andere optie is het maken van een stripverhaal, een spel of een presentatie.

3.6. Leiderschap en besluitvorming bij jongeren

- **Geschatte tijd/duur:** 2u - 3u
- **Korte beschrijving en doelstellingen van de workshop:** Deze workshop richt zich op leiderschap en besluitvorming bij jongeren. Leiderschap is het inspireren van een groep individuen om samen te werken aan een gemeenschappelijk doel. Het ontwikkelen van leiderschap bij jongeren is een proces dat hen erop voorbereidt om om te gaan met moeilijkheden waar zij als adolescenten en als volwassenen tegenaan kunnen lopen en om hun grootste potentieel te bereiken. Een jongere moet ernaar streven de kunst van en zijn/haar talent voor leiderschap te ontwikkelen. Om dat te bereiken, wordt de vaardigheid om beslissingen te nemen als cruciaal beschouwd. Het kan nuttig zijn om te begrijpen hoe besluitvormingsvaardigheden je kunnen helpen bij het maken van moeilijke keuzes en als leider effectieve beslissingen te nemen. We hopen cursisten te helpen om de waarde van die vaardigheid te begrijpen en te gebruiken door middel van een aantal activiteiten. Dit proces zal de cursisten ook leren hoe ze kritisch en creatief kunnen denken bij het oplossen van problemen en hoe ze zich bewust kunnen zijn van en controle hebben over hun emoties.
- **Materiaal:** Korte beschrijvingen van de leiderschapsstijlen. Voordat de workshop begint, moet de trainer de volgende beschrijvingen op kleine stukjes papier printen. Autocratische stijl: 'Autocratische leiders hebben de neiging te geloven dat ze meer weten dan anderen. Ze nemen alle beslissingen zonder veel inbreng van de rest van het team.' **missen hier niet andere leiderschapsstijlen?**
- **Minimale deelnemers:** 4

Beschrijving van de werkwijze:

De workshop bestaat uit 2 educatieve hoofdactiviteiten en een ijsbrekersspel. Aan het eind volgt een debriefing.

- **Ijsbreker- activiteit**

Titel: "Zou je liever"

"Zou je liever" is een gemakkelijk spel om de workshop mee te beginnen. Aangezien het hoofdonderwerp van

de workshop besluitvorming is, is een activiteit rond beslissingen een leuk idee om de bal tussen de deelnemers aan het rollen te brengen. De trainer leest twee stellingen voor die leiden tot verbijstering en verwarring bij de deelnemers. Enkele voorbeelden zijn:

"Heb je de rest van je leven liever alleen zomer of alleen winter?"

"Heb je liever een terugspoeiknop of een pauzeknop op je leven?"

De docent gaat in het midden staan en vraagt de deelnemers om links of rechts te gaan staan en een rij te vormen, afhankelijk van de stelling die ze hebben gekozen. Als ze het eens zijn met de eerste stelling, gaan ze links staan en als ze het eens zijn met de tweede, gaan ze rechts staan. De activiteit kan zowel binnen als buiten worden uitgevoerd en duurt niet langer dan 10 minuten.

• Activiteit 1

Titel: *"De Marshmallow Challenge"*

Dit is een activiteit waarbij deelnemers de competitie aangaan wie de hoogste constructie in elkaar kan zetten. Uitdagingen zoals deze behandelen de dynamiek van sterk leiderschap bij samenwerking in een groep, stimuleren het gebruik van probleemoplossende strategieën en innovatief denken en handelen. De trainer krijgt allereerst de opdracht om de groep te verdelen in teams van 3-6 personen en één willekeurig team aan te wijzen om te observeren. De teams nemen plaats aan een tafel: alle groepjes werken in dezelfde ruimte en relatief dicht bij elkaar. Als iedereen klaar zit, geeft de trainer elk team 20 stokjes spaghetti, 1 meter afplakband, 1 meter touw en 1 marshmallow. Vervolgens krijgen de deelnemers van de trainer de volgende instructies: elk team moet met gebruik van uitsluitend de verstrekte materialen een zo hoog mogelijke toren bouwen waarop zij tenslotte de marshmallow kunnen prikken. Het team dat de hoogste toren bouwt, wint het spel. De trainer dient ervoor te zorgen dat de doelen en regels van de uitdaging duidelijk en helder zijn en beantwoordt eventuele vragen van deelnemers. De duur van deze uitdaging is 15 minuten. Het is aan te raden om een timer in te stellen en de trainer af en toe de resterende tijd te laten verkondigen. Als tijd voorbij is, vraagt de trainer iedereen te gaan zitten, zodat allen de bouwsels kunnen zien.

• Nagesprek

In de nabespreking van de activiteit kunnen de deelnemers hun prestaties evalueren. De trainer moedigt hierbij aan dat iedereen gaat zitten en over de gevolgde werkwijze gaat praten. Ook degene met een observerende rol beoordeelt de manier waarop het team heeft gewerkt. Stel de volgende vragen aan de deelnemers om ze meer te betrekken bij het reflectieproces:

"Hoe hebben jullie als groep samengewerkt?"

"Welke beslissingen heb je genomen? Wat was het denkproces erachter?"

"Wie had de leiding over de groep? Heb je kwaliteiten van leiderschap opgemerkt? Wat waren die precies?"

"Wat heb je ontdekt over jezelf en je gedrag?"

Dit deel van de activiteit kan 20 minuten duren.

• Activiteit 2

Titel: "Leiderschapsstijlen - Rollenspel".

De tweede activiteit gaat dieper in op de verschillende leiderschapsstijlen. De cursisten krijgen uitleg over de 7 verschillende leiderschapsmodellen via een rollenspel. Inzicht in de verschillende leiderschapsstrategieën kan toekomstige leiders helpen om effectiever te worden, te begrijpen hoe en waarom ze handelen op de manier waarop ze dat doen en te bepalen wanneer en waar ze hun aanpak moeten veranderen.



De 7 leiderschapsstijlen die besproken zullen worden zijn de volgende: Autocratisch, Gezaghebbend, Pace-Setting, Democratisch, Coachend, Affiliatief (verbonden) en Laissez-Faire (laat maar op zijn beloop gaan). Het doel van de activiteit is te ontwaren hoe verschillende leiderschapsstijlen het besluitvormingsproces beïnvloeden. De begeleider verdeelt allereerst de deelnemers in teams. Het aantal teams kan variëren tussen 2 en 7, afhankelijk van het totaal aantal aanwezigen. De trainer wijst in elk team willekeurig een leider aan, en deze krijgt een leiderschapsstijl toegewezen. Het is aan de begeleider om te beslissen welke. Vervolgens deelt hij/zij korte beschrijvingen van de leiderschapsstijlen uit aan de leiders. Alle teams moeten vervolgens hetzelfde, hieronder beschreven probleem benaderen.

"Stel je voor dat jullie collega's zijn in een organisatie gericht op jongeren. Jullie lopen binnen de organisatie tegen een communicatieprobleem aan dat de productiviteit beïnvloedt en de toekomst van de organisatie in gevaar brengt. Meer in het bijzonder hebben jullie tijdens discussies heel vaak te maken met spanningen en hebben jullie het gevoel dat jullie elkaar niet kunnen begrijpen. Jullie moeten een oplossing vinden om dit te voorkomen."

De cursisten moeten hun besluitvormingsproces definiëren en dit presenteren door middel van een rollenspel. De hele groep moet op afstand van elkaar werken, dit kan dus zowel binnen als buiten. De activiteit duurt niet langer dan 1 uur.

Opmerkingen: Jongeren moeten leiderschapsvaardigheden en -capaciteiten aanleren en in hun dagelijkse leven integreren. Besluitvorming is daar één van en speelt een belangrijke rol, omdat het ervoor zorgt dat organisatorische of bedrijfsdoelen worden bereikt. De eerste activiteit, de Marshmallow Challenge, gaat over kritisch denken, probleemoplossend vermogen en gepaste communicatie op de werkplek, enkele van de belangrijkste kwaliteiten van een leider. Bij deze tweede activiteit draait het erom dat leiderschapsstijl iemands acties als leider stuurt. Inzicht in leiderschapsstijl helpt om beter te communiceren. Weten hoe je leiderschap benadert, kan je helpen om vooruit te komen in je carrière, om je eigen succes te vergroten en om het succes van degenen aan wie je leiding geeft te vergroten.

Variaties: Om de "Marshmallow Challenge" uitdagender te maken, verkort je de tijd tot 10 minuten. Daarnaast kan de docent de deelnemers vragen een quiz in te vullen om te bepalen welke leiderschapsstijl het beste bij hen past. De quiz is te vinden op deze link: <https://www.idealists.org/en/careers/quiz-leadership-style>.

Tips voor trainers: De begeleider mag niet vergeten mensen met respect en vriendelijk te behandelen. Gebruik de juiste inclusieve en genderneutrale terminologie om te voorkomen dat mensen van streek raken. Voor een beter begrip hiervan raden we je aan [dit artikel](https://www.un.org/en/gender-inclusive-language/guidelines.shtml) te lezen. (<https://www.un.org/en/gender-inclusive-language/guidelines.shtml>)

Bij de tweede activiteit kunnen de deelnemers als ze dat willen ook zelf een situatie bedenken die belangrijk voor ze is, in plaats van het voorbeeld te gebruiken. En als er meer dan 7 teams zijn, kan de begeleider ook meer teams aan één leiderschapsmethode toewijzen.

3.7. Word een sociaal ondernemer

- **Geschatte tijd/duur:** 2.30u
- **Korte beschrijving en doelstellingen van de workshop:** Deze workshop richt zich op ondernemerschap en innovatie. De nadruk ligt echter op sociale innovatie en sociaal ondernemerschap, omdat we met de opzet en doelstellingen van de workshop een verschil willen maken in de wereld. Sociale innovatie is het proces van het ontwerpen en implementeren van levensvatbare oplossingen voor moeilijke en vaak systemische sociale en milieuproblemen om sociale vooruitgang te boeken. Sociaal ondernemerschap gaat over het omzetten van deze innovatieve ideeën in zakelijke kansen. De deelnemers leren over fundamentele sociale bedrijfsstrategieën en -methoden die hen in staat zullen stellen te slagen als sociaal ondernemer. Sociaal ondernemerschap is essentieel omdat het kan zorgen voor langdurige en betekenisvolle sociale verandering, hetgeen cruciaal is in de huidige maatschappij. Of het nu gaat om gezondheid, onderwijs of milieu. Tijdens de workshop worden fundamentele principes als empathie, veerkracht, gemeenschap en leiderschap besproken met de cursisten - die zich ook bewust zullen worden van de problemen waarmee de aarde te maken heeft. Sociale ondernemers

gebruiken genoemde principes om verandering te bevorderen op zowel kleine als grote schaal, terwijl zij zich ook op hun winst moeten letten om in bedrijf te blijven.

- **Materiaal:** n.v.t.
- **Minimale deelnemers:** 4

Beschrijving van de werkwijze:

De workshop bestaat uit een ijsbreker en een educatieve hoofdactiviteit. Aan het eind volgt een nabespreking.

- **Ijsbreker - activiteit**

Titel: *"Omgekeerd Brainstormen"*

Reverse Brainstorming (*Omgekeerd Brainstormen*) is een leuke ijsbrekeractiviteit gericht op het werken aan ondernemersvaardigheden als probleemoplossend en creatief denken, hetgeen als zeer waardevol wordt beschouwd. Het doel is een probleem te bespreken en het erger te maken. De begeleider begint de activiteit door een situatie voor te stellen. Een probleem dat bijvoorbeeld kan worden voorgelegd, is dat de deelnemers in een jongerenorganisatie werken en dat er plotseling een stroomstoring is. De deelnemers moeten met ideeën komen die de situatie erger maken. Maar voor elk idee dat het probleem verergert, moeten ze een oplossing vinden. De deelnemers gaan in een kring zitten en spreken één voor één hun idee uit. De oplossing moet door de hele groep worden gevonden.

De activiteit kan zowel binnen als buiten plaatsvinden en mag niet langer dan 10 minuten duren.

- **Hoofdactiviteit**

Titel: *"Een sociaal ondernemer worden"*

Sociaal ondernemerschap gaat over het identificeren van sociale problemen en het implementeren van sociale verandering door het gebruik van ondernemende ideeën, praktijken en methoden.

In deze workshop krijgen de deelnemers essentiële vaardigheden, tools en kennis aangereikt voor het maken van een duurzaam businessmodelplan voor het starten van hun eigen sociaal ondernemende strategie.

Het eerste deel van de activiteit begint met de trainer die de deelnemers in teams opdeelt. Het aantal deelnemers per team kan variëren van 7-10, afhankelijk van de opkomst. Daarna geeft de trainer een korte presentatie over het onderwerp en de instructies voor de hoofdactiviteit.

Het is aan te raden om een document voor te bereiden met de definities van sociaal ondernemerschap en sociale innovatie en een korte uitleg van de 9 categorieën in het businessmodelplan.

Meteen daarna moet de trainer een groepsdiscussie op gang brengen over sociale, politieke en milieuproblematiek in hun gemeenschappen. Dit geeft gelegenheid tot het ontwikkelen van ideeën en mogelijke antwoorden met betrekking tot deze uitdagingen. Een nuttige oefening hierbij is het maken van een brainstormmuur, verdeeld in 3 categorieën voor de 3 belangrijkste kwesties.

Elk team krijgt plaknotities en schrijft op elk van deze post-its een woord dat direct verband houdt met het probleem en de plannen om het op te lossen. Plak deze vervolgens op de muur zodat iedereen ze kan zien en inspiratie kan opdoen. We raden de begeleider aan een gesprek rond de post-its op gang te brengen. Voor het businessplan kiest elke groep een kwestie of onderwerp van de post-its dat zij door middel van sociaal ondernemerschap willen aanpakken. Het is belangrijk om sociale innovatie te implementeren in deze werkwijze.

Wanneer het idee voor sociaal ondernemerschap is gevonden, kan de begeleider de groepen opdragen om te starten met het opstellen van een businessmodelplan, zodat zij aan hun visie kunnen beginnen. Voor het maken van een succesvol businessmodelplan moeten de teams specificeren wie de doelgroep is voor wie zij het probleem zullen oplossen, dit probleem definiëren, de belangrijkste klanten en het belangrijkste probleem introduceren, een sterke propositie ontwikkelen en de belangrijkste bedrijfsmiddelen vastleggen. Om het businessmodelplan op te stellen, stellen we voor de digitale tool Miro te gebruiken, dus apparaten met internettoegang moeten beschikbaar zijn. <https://miro.com/templates/business-model-canvas/> Een diepgaande gids over hoe er een te maken, wordt hieronder verder geanalyseerd.

Opmerkingen: Sociaal ondernemerschap is een bedrijfsstrategie die zich richt op het veranderen van de wereld. Ondernemen betekent voor deze bewuste innovators het kanaliseren van hun passie voor het oplossen

van problemen in goederen en diensten waarmee zij niet alleen winst maken, maar ook een verschil maken. Sociaal ondernemerschap stelt ondernemers in staat hun leven zinvol te leven en zich op een dieper niveau met anderen te verbinden. Het stelt hen ook in staat om anderen langdurig geluk en inspiratie te bieden. We bevinden ons momenteel op een cruciaal moment in de wereld van sociaal ondernemerschap. Nu sociale media sociale kwesties naar de voorgrond van ons bewustzijn brengen, maken consumenten en investeerders zich meer dan ooit zorgen over het doel van een product van een bedrijf en de noodzaak dat dit product een positieve impact heeft. De missie en visie van een bedrijf zijn belangrijker dan ooit voor succes.

Tips voor trainers: De instructeur moet eraan denken iedereen te respecteren en vriendelijk te zijn. Om niemand te krenken, is het goed om passende terminologie en inclusieve, genderneutrale taal gebruiken. We raden je aan [dit artikel](https://www.un.org/en/gender-inclusive-language/guidelines.shtml) te lezen voor een beter begrip. (<https://www.un.org/en/gender-inclusive-language/guidelines.shtml>)

3.8. Externe communicatiestrategieën

- **Geschatte tijd/duur:** 2u
- **Korte beschrijving en doelstellingen van de workshop:** De workshop concentreert zich op communicatiestrategie. Een communicatiestrategie is een bedrijfs- en reclametechniek die bedrijven in staat stelt om boodschappen te coördineren en te creëren die coherent en betekenisvol zijn. De strategie beschrijft het doel, het proces om de taken uit te voeren en de verwachte resultaten terwijl het plan voor communicatie met een doelgroep wordt geschetst. Deelnemers zullen een diepere kennis verwerven over hoe een externe communicatiestrategie op te zetten. Het opbouwen van een effectieve externe communicatiestrategie is van cruciaal belang voor het uitwisselen van informatie om mensen buiten het bedrijf voor te lichten, te informeren of te vermaken, en heeft vitale invloed op het succes van de organisatie. Het doel van de training is deelnemers het belang duidelijk te maken van deze vaardigheid en het toepassen ervan als een goede communicatiemethode. Door deze methode worden manieren om kennisdeling te verbeteren, werknemers mondiger te maken, een gevoel van saamhorigheid onder medewerkers te ontwikkelen en afstemming op de overkoepelende doelstellingen van het bedrijf verder bepaald.
- **Materiaal:** n.v.t.
- **Minimale deelnemers:** 4

Beschrijving van de werkwijze:

De workshop bestaat uit een educatieve hoofdactiviteit en een spel om het ijs te breken. Aan het eind volgt een debriefing.

- **Ijsbreker - activiteit**

Titel: "Telefoon"

"Telefoon" is een amusante communicatieactiviteit om de workshop mee te beginnen. De trainer zet eerst de deelnemers in een rij achter elkaar. Om het spel te starten, moet de achterste persoon een woord of zin bedenken en deze één keer in het oor van de volgende speler fluisteren. De luisteraar probeert hetzelfde woord of dezelfde zin nauwkeurig te herhalen in het oor van de volgende speler. De activiteit eindigt als de persoon vooraan de zin of het woord krijgt ingefluisterd en vervolgens hardop nazegt. Het doel is de boodschap perfect over te brengen.

De activiteit kan zowel binnen als buiten plaatsvinden en zou niet langer dan 10 minuten moeten duren.

- **Activiteit 1**

Titel: "Bouwen aan externe communicatiestrategieën"

Een externe communicatiestrategie zorgt voor een betere communicatie over de doelen en visies van de organisatie. Het doel van de workshop is de deelnemers essentiële vaardigheden, tools en kennis bij te brengen voor het creëren van een externe communicatiestrategie. Om te beginnen krijgt de begeleider de opdracht om een korte presentatie te geven over het onderwerp en de verschillen tussen interne en externe communicatiestrategieën. Om dit te bereiken is het aan te bevelen een presentatie voor de sessie voor te

bereiden. Daarna deelt de trainer de deelnemers in teams op. Het aantal kan variëren tussen 3 en 6, afhankelijk van de groep deelnemers. Daarna start de trainer de instructies voor de activiteit. De opdracht is het creëren van een externe communicatiestrategie voor een organisatie gerelateerde situatie. De trainer wijst elk team een casus toe. De deelnemers moeten een extern communicatieplan opstellen om hun visie te ontwikkelen.

Als eerste stap definieert elke groep het resultaat met behulp van de SMART analyse-tool. Suggestie is het digitale hulpmiddel "Miro" te gebruiken, dus elektronische apparaten met internettoegang moeten beschikbaar zijn [op https://miro.com/templates/smart-goals/](https://miro.com/templates/smart-goals/).

Tweede stap is het bepalen van de doelgroep. Externe communicatie richt zich meestal op een breed publiek, maar de deelnemers moeten zich focussen op specifieke groepen die ze willen aanspreken. Vervolgens moeten zij bepalen wat de tone of voice is en - last but not least – wat de juiste kanalen en tactieken zijn om de informatie te verspreiden.

Het is essentieel om vóór de sessie de instructies en de casussen op kleine stukjes papier te printen en willekeurig onder de deelnemers te verdelen.

Zorg ervoor dat de doelen en regels van de workshop duidelijk en nauwkeurig zijn en dat alle vragen van de deelnemers beantwoord zijn. Elk team neemt plaats aan een tafel. De hele groep moet in dezelfde ruimte werken, maar niet te dicht bij elkaar. Deze uitdaging duurt 1 uur.

- **Nagesprek**

In de nabespreking van de activiteit kunnen de deelnemers hun communicatiestrategie evalueren en erop reflecteren. De trainer moedigt de deelnemers aan om op te staan en hun plan voor de groep te presenteren. Om de betrokkenheid van de deelnemers te vergroten kan de trainer de volgende vragen stellen:

"Waarom denk je dat je strategie efficiënt is voor het overbrengen van je visie?" "Heb je iets nieuws geleerd? Denk je dat deze nieuwe methoden of hulpmiddelen mensen bij andere aspecten in hun leven ten goede kunnen komen?"

"Hoe voel je je? Is er iets dat je zou willen toevoegen?"

De begeleider kan een discussie op gang brengen door ook te vragen naar de mening van de andere deelnemers en te informeren wat zij anders zouden doen. Nabespreking gedeelte kan 30 tot 50 minuten duren, afhankelijk van het aantal deelnemers.

- **Instructies**

1. **SMART**

staat voor *specifiek, meetbaar, haalbaar, relevant en tijdgebonden (specific, measurable, attainable, relevant, and time-bound)*

- a. **Specifiek**

Formuleer antwoorden op vragen over je doelen, de mensen die je hoopt te beïnvloeden of van wie je een reactie hoopt te krijgen en de huidige stand van zaken.

- b. **Meetbaar**

Beslis over waarneembare criteria die je in staat stellen te weten of je doel is bereikt.

- c. **Haalbaar**

Stel doordachte richtlijnen op voor je doelstellingen en houd rekening met zowel je capaciteiten als de situatie.

- d. **Relevant**

Zorg ervoor dat wat je bedenkt een duidelijk verband heeft met je taak.

- e. **Tijdgebonden**

Deadlines stellen voor je taken en je motivatie vergoten.

2. Bepaal de doelgroep

3. Stel de tone of voice vast

4. Benoem kanalen/tactieken

Casussen

- Ik wil meer bekendheid geven aan manieren om senioren te stimuleren actief deel te nemen aan de maatschappij.
- Mijn jongerenorganisatie initieert een 10-daags uitwisselingsprogramma voor jongeren. Als facilitator wil ik de dagelijkse resultaten ervan delen met mijn plaatselijke gemeenschap.
- We organiseren volgende maand een belangrijk bebossingsevenement. Het is van cruciaal belang om land dat is verbrand door massale bosbranden in de zomer te herstellen, en we hopen veel mensen aan te moedigen om te komen.

Opmerkingen: Externe communicatie draagt bij tot het verspreiden van informatie over je organisatie naar zoveel mogelijk mensen. Het is een geweldige aanpak om je idealen over te brengen en een zo goed mogelijk beeld te schetsen aan anderen. Vooral voor nieuwe jongerenorganisaties is het hebben van deze vaardigheden en kennis noodzakelijk om snel bekend te worden bij hun doelgroep.

Tips voor trainers: De instructeur moet eraan denken iedereen te respecteren en vriendelijk te zijn. Gebruik passende terminologie en inclusief, genderneutraal taalgebruik om belediging te voorkomen. We raden je aan [dit artikel](https://www.un.org/en/gender-inclusive-language/guidelines.shtml) te lezen voor een beter begrip. (<https://www.un.org/en/gender-inclusive-language/guidelines.shtml>) Een geweldige hulpmiddel voor externe communicatie is [Linktree](https://linktr.ee/?gclid=Cj0KCQiA4OybBhCzARIsAlcfn9k77e1GB0BvgzXHK4d3p93VKNZYQ4ShshoVBnqMwj31yQ6q3e4kdncaAp3HEALw_wcB). https://linktr.ee/?gclid=Cj0KCQiA4OybBhCzARIsAlcfn9k77e1GB0BvgzXHK4d3p93VKNZYQ4ShshoVBnqMwj31yQ6q3e4kdncaAp3HEALw_wcB. Het is organisaties aan te bevelen dit te gebruiken om sociale media of evenementen te koppelen als zij die in één keer allemaal tegelijkertijd willen promoten.

3.9. Politiek engagement en actieve deelname

- **Geschatte tijd/duur:** 120 minuten - 15 minuten (eerste fase) + 15 minuten (Tweede Fase) + 90 minuten (Derde Fase)
- **Korte beschrijving en doelstellingen van de workshop:** Deze workshop is bedoeld om jongeren te activeren en hun politieke betrokkenheid aan te wakkeren door hen te leren hoe ze een podcast kunnen maken. Steeds meer jongeren luisteren tegenwoordig naar podcasts, hetgeen politieke marketeers als een manier van actief burgerschap zien. (Statista, 2018). Een jongerenorganisatie en jongeren kunnen baat hebben bij het starten van een eigen podcast, waarin ze hun mening kunnen delen over kwesties die hen aangaan. Neem bijvoorbeeld #YouthCast en Step Forward, twee Cypriotische podcasts die zich op jongeren richten en voornamelijk door jongeren worden geleid. Door hieraan deel te nemen, ontwikkelen jongeren verschillende vaardigheden, zoals communicatie, organisatie, besluitvorming, spreken in het openbaar, argumentatie en kritisch denken. Daarom kan het maken van een podcast hen helpen in hun persoonlijke groei en de ontwikkeling van onderscheidende vaardigheden.
- **Materialen:** Een rustige ruimte met minstens 3 tafels en 6 stoelen zodat tweetallen een eigen ruimte hebben. Voor de ijsbreker- activiteit zijn pennen en papier nodig en voor de derde fase kunnen deelnemers hun mobiele telefoons als opnameapparatuur gebruiken. *Optioneel zijn koptelefoons die als microfoon gebruikt kunnen worden.*
- **Minimale deelnemers:** 6

Beschrijving van de werkwijze:

Deze workshop is onderverdeeld in drie fasen.

- De **eerste fase** is een presentatie door de trainer, die ingaat op de basistechnieken van podcasting, methodes om een podcast op te nemen, platforms waarop gepubliceerd kan worden, hoe je een podcast kunt promoten en voorbeelden van op jeugd gerichte podcasts.
- De **tweede fase** is een **ijsbreker- activiteit** die de deelnemers helpt elkaar beter te leren kennen, met als titel "10 dingen gemeen": deelnemers worden in tweetallen verdeeld en krijgen van de

workshopbegeleider een stuk papier om 10 dingen op te schrijven die ze gemeen hebben (bijvoorbeeld dat ze van voetbal houden). De groepjes gaan dan verder met de derde fase.

- De **derde fase** bestaat uit de hoofdactiviteit en dat is **Podcast Maken**. Bedoeling is een podcast van 10 minuten, een proefaflevering. De trainer voorziet in een lijst met onderwerpen die met jongeren te maken hebben. Enkele van deze onderwerpen zijn jeugdwerkloosheid, digitale vaardigheden voor jongeren, politieke participatie van jongeren, klimaatverandering en het perspectief van jongeren in de internationale politiek. Tijdens de derde fase begeleidt de trainer de deelnemers en helpt hen met mogelijke vragen.

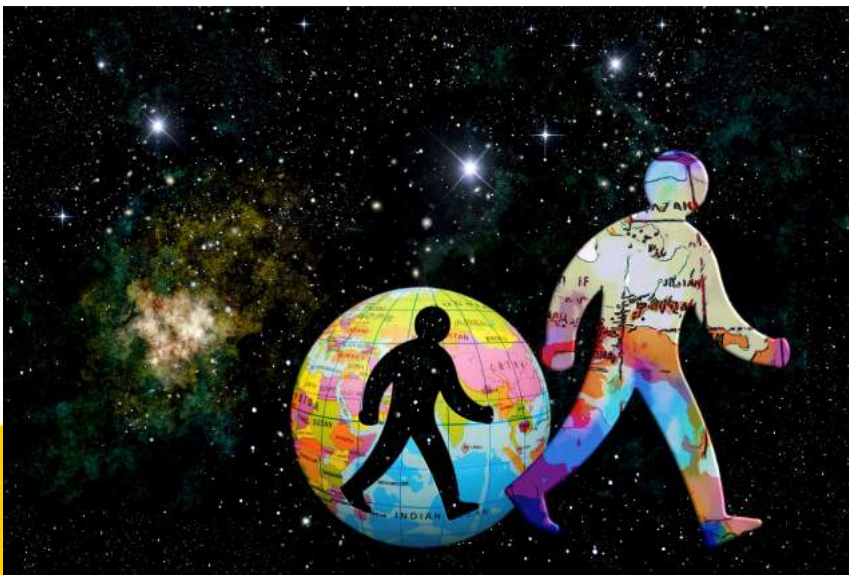
Opmerkingen: Het idee voor deze workshop komt voort uit de sterke toename van podcastluisteraars onder jongeren. Jongeren aanmoedigen om podcasts te beginnen kan hen stimuleren tot maatschappelijke participatie, door zichzelf te informeren en hun mening te uiten over zaken die hen direct of indirect aangaan. De hierboven vermelde onderwerpen kunnen deelnemers aanzetten hun meningen en overtuigingen over jeugd gerelateerde zaken te uiten, met name waar het gaat over de genoemde onderwerpen die met jongeren

te maken hebben. Podcasts kunnen jongeren motiveren om zich tot actieve burgers te ontwikkelen en bevorderen participatie en sociale interactie (Smith et Al., 2021). Het is een innovatieve manier om hun mening online te uiten en te ontdekken hoeveel mensen zij ermee bereiken. Hierdoor zullen zij zich kritischer opstellen en een holistische kijk ontwikkelen op zaken die hen aangaan.

Tips voor trainers: De trainer moet goed geïnformeerd zijn over hoe podcasting werkt en wat de belangrijkste platforms zijn. De trainer informeert de deelnemers over de apparatuur die ze nodig hebben voor de workshop. De trainer zorgt ervoor dat de teams uit maximaal 2 personen bestaan; als de deelnemers niet in duo's

kunnen worden verdeeld, maak dan teams

van maximaal 3 personen. De trainer moet op de hoogte zijn van het nieuws/de actualiteit die in de podcasts wordt besproken om vragen te kunnen beantwoorden of deel te nemen aan de discussies.



3.10. Jeugd in Dialoog - Spreekwedstrijd

- **Geschatte tijd/duur:** 90 minuten
- **Korte beschrijving en doelstellingen van de workshop:** Spreken in het openbaar is één van de meest uitdagende activiteiten die op je pad kan komen. Zoals de naam van onze workshop al aangeeft, vereist Youth Dialogue (Jeugd in Dialoog) dat jongeren in het openbaar spreken over zaken die hen aangaan. Deze workshop draagt bij aan de doelstelling om jongeren zich te laten uitspreken en naar voren te treden en hun mening te uiten voor een publiek of voor beleidsmakers/politici. De workshop beoogt jongeren meer vertrouwd te maken met het spreken in het openbaar. De pluspunten van spreken in het openbaar variëren van het kweken van meer zelfvertrouwen tot persoonlijke groei. Deze voordelen kunnen een wezenlijk en positief verschil maken in het leven van jongeren. Daarom zijn de doelstellingen van de workshop: leren hoe je in het openbaar spreekt, mondelinge communicatievaardigheden versterken.
De gekozen hoofdactiviteit voor deze workshop is een Public Speaking Contest (spreekwedstrijd) die inzet op de paraatheid en het kritisch denken van de deelnemers. Hier is voor gekozen omdat een spreekwedstrijd meer creatieve vaardigheden vereist dan debatoefeningen. De levensvaardigheden

die deelnemers aan deze workshop ontwikkelen zijn zelfbewustzijn, zelfverzekerd communiceren, problemen oplossen en beslissingen nemen. De creatieve vaardigheden die zij ontwikkelen zijn kritisch en creatief denken, creatief schrijven en presentatievaardigheden.

- **Materialen:** pennen, blocnotes. Optioneel: smartphones/tablets/laptops en internetverbinding. De deelnemers krijgen ook informatie over het onderwerp van de Public Speaking Contest, maar ze zijn vrij om elke andere bron te gebruiken die ze vinden.
- **Minimale deelnemers:** 6

Beschrijving van de werkwijze:

De huidige workshop is verdeeld in twee fasen.

- De **eerste fase** is relatief kort en bestaat uit een presentatie door de workshopbegeleider, waarin hij/zij de voordelen van kunnen spreken in het openbaar benadrukt. Inclusief een bestaand voorbeeld van hoe belangrijk spreken in het openbaar is. Afsluiting van de presentatie is een korte analyse van de 5 P's: Planning, Preparation, Practice, Performance, and Passion (Planning, Voorbereiding, Oefening, Prestatie en Passie), zodat de deelnemers deze in de tweede fase kunnen gebruiken. De presentatie moet ook op deze 5 belangrijkste pijlers van spreken in het openbaar gebaseerd zijn.
- De **tweede fase** is de spreekwedstrijd. Tijdens deze fase krijgen de deelnemers 30 minuten de tijd om een energieke toespraak voor te bereiden, over het onderwerp dat de trainer hen aanreikt. Voor de huidige workshop is het onderwerp jeugdwerkloosheid. De speech duurt ongeveer 1-2 minuten en moet zo interactief en dynamisch mogelijk zijn. Na het voorbereiden gebruiken de deelnemers de resterende tijd van de workshop om hun toespraken te houden; aan het eind kunnen ze allemaal stemmen wie de beste toespraak gaf en feedback geven wat beter kan.

Opmerkingen: De meeste jongeren missen doorgaans de vaardigheid van spreken in het openbaar, en ook volwassenen lopen hier vaak tegenaan op hun pad van professionele en persoonlijke ontwikkeling. Veel jongeren zien er tegenop iets te moeten presenteren in de klas of in het openbaar. Deze workshop is bedoeld om hen te helpen deze angst en obstakels te overwinnen.

Variaties: Deze workshop kan worden uitgevoerd met elk onderwerp dat de doelgroep interesseert. De onderwerpen die in de toekomst besproken kunnen worden zijn:

- **Geestelijke gezondheid voor jongeren**
- **Jeugd in de sport**
- **Klimaatverandering**
- **Middelen misbruik**
- **Ongelijkheid in onderwijs**
- **Elk ander jeugd gerelateerd onderwerp**

Deze workshop is geschikt voor uiteenlopende doelgroepen, van studenten uit het hoger onderwijs tot leerlingen uit het voortgezet onderwijs die geïnteresseerd zijn in de betreffende onderwerpen.

Tips voor trainers: Houd in gedachten dat dit geen debatoefening is. Het is niet de bedoeling dat deelnemers reageren op de betogen van anderen. Als de tijd voorbij is, stopt iedereen met het schrijven van zijn toespraak. Vervolgens luistert iedereen naar alle voordrachten, maken de deelnemers aantekeningen van elkaars tactieken en verzamelen zij positieve lessen die ze van elkaar kunnen leren. Deelnemers houden hun toespraken op alfabetische volgorde.

3.11. Jongerenmedia: hoe maak je contact met jongeren via nieuwe mediakanalen

- **Geschatte tijd/duur:** 90 minuten
- **Korte beschrijving en doelstellingen van de workshop:** Deze workshop demonstreert hoe jongeren nieuwe media kunnen gebruiken om hun nieuwskanalen te creëren via platforms die ze dagelijks gebruiken. Volgens het PEW Research Center (2022) zijn YouTube en TikTok twee platforms die jongeren veel gebruiken. Er kan worden vastgesteld dat traditionele media ver af staan van de interesses van jongeren en dat een nieuwe, innovatieve manier nodig moet worden gevonden om hen te informeren. Als een jongerenorganisatie of jongerenwerker een kanaal creëert op genoemde twee platforms of andere platforms die jongeren gebruiken (bijv. Instagram, Facebook), kunnen ze hiervan profiteren door hun mening te geven over jeugd gerelateerde problemen of kwesties die van invloed zijn op de samenleving. Het is belangrijk op te merken dat millennials en Gen Z meer vertrouwen hebben in *user-generated content* (UGC, door gebruikers gegenereerde content) dan in enig ander mediatype. Doelstellingen van de workshop: ontwikkelen van vaardigheden om video's te bewerken en te maken en deze op meerdere platforms te posten. Begrijpen hoe belangrijk het is om op de hoogte te blijven, om een actieve burger te blijven. Zorgen voor invalshoeken van jongeren op belangrijke sociale aspecten van het leven. Deelnemers het verband tussen nepnieuws en UGC laten begrijpen. Het belangrijkste leerresultaat is de ontwikkeling van vaardigheden om *user-generated content* te maken om de standpunten van jongeren uit te dragen, met name over onderwerpen die met jongeren te maken hebben. Bijvoorbeeld jeugdwerkloosheid, gezondheid en welzijn van jongeren, onderwijs en de klimaatcrisis. Ze moeten kunnen begrijpen hoe UGC hen kan helpen om betrokken te raken bij het politieke leven.
- **Materialen:** Smartphones, laptops, pennen, flip-overs, markers en papier om te brainstormen over hun ideeën en de uiteindelijke content. Het is belangrijk dat deelnemers vooraf zijn geïnformeerd dat zij hun laptop en/of smartphone moeten meenemen.
- **Minimale deelnemers:** 3

Beschrijving van de activiteit:

De trainer geeft een presentatie waarom jongeren hun mening over verschillende jeugd gerelateerde onderwerpen publiekelijk zouden moeten uiten, erover moeten debatteren en discussiëren. Het onderwerp voor de actuele workshop is klimaatverandering; jongeren zouden klimaatverandering serieuzer nemen dan andere generaties. De presentatie dient ook een beschrijving bevatten van hoe je digitale tools kunt gebruiken om UGC te maken en als team efficiënter te organiseren. De trainer zal laten zien hoe de digitale tools (Canva, Slack, Trello en Google Drive) hen kunnen helpen om zich als een team te organiseren om het best mogelijke resultaat te bereiken. Daarnaast moeten de deelnemers begrijpen hoe ze door middel van deze digitale tools meer impact kunnen creëren voor het onderwerp dat ze behandelen (in onze workshop klimaatverandering).

Als laatste punt zal de presentatie ingaan op hoe dit alles kan worden gekoppeld aan ondernemerschap van jongeren om klimaatverandering aan te pakken.

Tweede onderdeel: UGC-video maken

Dit onderdeel duurt een uur. Deelnemers maken een UGC-video van 1 minuut. De digitale tools die zij hiervoor gaan gebruiken zijn Open Shot, een gratis en gebruiksvriendelijk videobewerkingsprogramma, of veelgebruikte videobewerkingsprogramma's voor sociale media - zoals die op TikTok of Instagram.

De trainer maakt een lijst belangrijke onderwerpen die te maken hebben met klimaatverandering (gebrek aan politieke wil/Fridays for Future etc.) en geeft die aan de deelnemers. De deelnemers moeten hun video of content maken op hun smartphone of op de laptop van de trainer. Ze hoeven maar 1 video te maken om te begrijpen hoe de procedure verloopt en hoe makkelijk het is om mee te doen aan burgerjournalistiek.

Opmerkingen: Het idee achter deze workshop is dat jongeren nieuws niet in de traditionele media willen lezen. Als gevolg daarvan sluiten ze zich af van de politiek en zijn ze niet geïnformeerd over zaken die hen aangaan.

Door middel van deze workshop proberen we nieuwe methoden voor mediaparticipatie te creëren door middel van nieuwe technologieën en innovatieve, meer op de jeugd gerichte methoden. Dit draagt bij aan de doelstellingen van het project, omdat het jongeren direct betreft bij de verspreiding van nieuws. Hierdoor worden ze actief betrokken burgers en brengen ze verdieping aan in de democratie door de uitdagingen van deze tijd vanuit hun perspectief te laten zien.

Tips voor trainers: Basiskennis van UGC en de digitale tools die nodig zijn voor deze workshop is een eerste vereiste voor de trainer. Deze moet altijd op de hoogte zijn van nieuwe digitale tools die ontdekt worden en hoe die UGC kunnen helpen. Deelnemers zullen het visuele aspect van UGC beter begrijpen, dus de trainer moet verschillende visuele UGC-voorbeelden presenteren.

Digitale hulpmiddelen die gebruikt kunnen worden zijn:

Trello: Maak een bord met lijsten, stel deadlines en categoriseer deze aan de hand van wie waarvoor verantwoordelijk is.

Slack: De trainer kan de deelnemers uitleggen hoe nuttig Slack kan zijn. Ze kunnen een chat met meerdere kanalen aanmaken waarin ze alles bespreken met betrekking tot hun potentiële nieuwsvoorziening.

Google Drive: Is bruikbaar als platform voor het delen van bestanden, om conceptartikelen te uploaden en met opmerkingen directe feedback te geven.

Canva: Een grafisch ontwerpplatform dat wordt gebruikt om afbeeldingen en presentaties voor sociale media te maken en dat veel gratis sjablonen bevat.

3.12. Overleg met overheden en beleidsmakers - SWOT

- **Geschatte tijd/duur:** 70 minuten
- **Korte beschrijving en doelstellingen van de workshop:** Deze workshop wil jongeren duidelijk maken hoe belangrijk stakeholders zijn als politieke actoren. Doel is het verdiepen van de kennis die jongeren hebben over hun mondigheid en bewustzijn en actiemogelijkheden om hun gemeenschappen rechtvaardiger te maken. Alvorens in gesprek te gaan met overheden en beleidsmakers, moeten jongeren in een veilige omgeving belangrijke problemen kunnen vaststellen en hun standpunten over het oplossen ervan kunnen uitdragen. Overheidsinstanties en/of beleidsmakers betrekken jongeren vaak niet bij de besluitvorming, waardoor problemen ontstaan, doordat jongeren zich niet vertegenwoordigd voelen. Daarom presenteert deze workshop manieren waarop jongeren dit kunnen veranderen en sociale impact kunnen genereren in het proces. Een startpunt voor jongeren en jongerenorganisaties om in contact te komen met de overheid is via hun plaatselijke gemeenschappen. Ze kunnen zich inzetten voor het bedenken, voorstellen, plannen en pogen te verbeteren van beleid dat hen aangaat - zoals ontbossing of de vestiging van fabrieken – door samenwerking met anderen. De intentie van deze workshop is het identificeren van de uitdagingen die er zijn bij een mogelijke samenwerking met de overheid en waar jongerenorganisaties rekening mee moeten houden.
- **Materialen:** Smartphones, laptops, pennen, flip-overs, markers en papier om te brainstormen over hun ideeën en de uiteindelijke inhoud. Voorafgaand aan de workshop is het belangrijk om deelnemers te informeren dat ze hun laptop en/of smartphone moeten meenemen.
- **Minimale deelnemers:** 5

Beschrijving van de activiteit

De workshop is opgedeeld in drie fasen.

- De **eerste fase** is een **ijsbrekeractiviteit** die de deelnemers helpt elkaar beter te leren kennen. De activiteit heet "10 dingen gemeen" en de deelnemers worden in paren verdeeld en krijgen van de workshopbegeleider een stuk papier om 10 dingen op te schrijven die ze gemeen hebben (bijv. dat ze van voetbal houden).

- De **tweede fase** is een presentatie van 15 minuten door de workshopbegeleider die de deelnemers voorziet van nuttige kennis over hoe een jongerenorganisatie te werk zou moeten gaan voor samenwerking met beleidsmakers en spelers in het politieke veld.
- De **derde fase** bestaat uit een nagesprek over wat de deelnemers beschouwen als de belangrijkste en meest essentiële factoren op het gebied van samenwerking met overheidsinstanties. Er zal ook een tabel worden gemaakt om gezamenlijk te beslissen over de SWOTS (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats, oftewel Sterke punten, Zwakke punten, Kansen en Bedreigingen) van een jongerenorganisatie die samenwerkt met de overheid. Na de SWOT-analyse volgt een rollenspel. Eén groep speelt de rol van beleidsmakers en politieke actoren, terwijl de andere groep de rol aanneemt van een jongerenorganisatie. Op deze manier is de activiteit interactiever en zullen ze beter begrijpen waar de SWOT-analyse over gaat. Het onderwerp waarover ze zullen discussiëren of debatteren gaat over afvalbeheer in de lokale gemeenschap. De jongerenorganisatie zal proberen nieuwe en innovatieve manieren te vinden om het afval op straat op een duurzamere manier te beheren. Het doel van deze activiteit is de overheidsinstantie ervan te 'overtuigen' dat de gemeenschap met een serieus probleem te maken heeft en dat ze moeten handelen voordat het te laat is.

Opmerkingen: Jongerenorganisaties zijn belangrijke belanghebbenden, wiens meningen en initiatieven beleidsmakers vaak over het hoofd zien. Het wegwuiven van de problemen die hen aangaan en hoe deze aangepakt moeten worden om de werkelijke impact van deze beslissingen te laten zien, kan wrevel opwekken maar vooral leiden tot ongebruikt menselijk kapitaal voor innovatieve oplossingen. Jongeren en jongerenorganisaties moeten meer overtuigende en aantrekkelijke manieren vinden om met overheidsinstanties om te gaan. Bij deze instanties heerst soms het gevoel dat jongeren nog te weinig vaardigheden en kennis hebben, waardoor de mening van jongeren niet serieus wordt genomen. Daarom leren we jongeren en jongerenorganisaties via deze workshop om meer aansprekende manieren te gebruiken wanneer ze te maken krijgen met afwijzende overheidsinstanties.

Tips voor de trainer: De trainer moet ervoor zorgen dat elke deelnemer een gelijkwaardige bijdrage levert en zijn mening geeft. Zorg ervoor dat iedereen gelijk en met vriendelijkheid en respect wordt behandeld tijdens de workshop. Een voorbeeld van deze methode is uitgevoerd door het Australian Youth Advisory Network en is [hier te vinden](http://ayan.org.au/wp-content/uploads/2016/11/SJAA-SWOT-Analysis-Repo_rt_Nov-2016.pdf): http://ayan.org.au/wp-content/uploads/2016/11/SJAA-SWOT-Analysis-Repo_rt_Nov-2016.pdf

3.13. Vind je talenten en gebruik ze voor jongerenparticipatie

- **Geschatte tijd/duur:** 30 minuten
- **Korte beschrijving en doelstellingen van de workshop:** Deze workshop heeft als doel de deelnemers te helpen bij het vormen van een duidelijk beeld van hun talenten, wat ze verder kunnen doen met hun sterke punten, hoe ze die kunnen inzetten en welke stappen ze kunnen zetten door na te denken over hun kwaliteiten en deze te laten zien. Overzicht van de doelstellingen: meta-bewustzijn van iemands eigen sterkten of talenten en het stimuleren van zelfvertrouwen, positiviteit, *soft skills* (persoonlijke, emotionele, sociale en intellectuele vaardigheden) zoals het kunnen identificeren van kansen gekoppeld aan persoonlijke



sterktes, het stellen van doelen en mogelijk het nemen van beslissingen. Belangrijkste leerresultaten: kennis over wat je sterke punten zijn en hoe die te gebruiken. Levensvaardigheden: besluitvorming, zelfbewustzijn. Creatieve vaardigheden: reflectie, meta-bewustzijn

- **Materialen:** bord, post-it briefjes, pennen. Als je geen bord hebt, kun je wat ruimte op de vloer gebruiken.
- **Minimale deelnemers:** 3

Beschrijving van de werkwijze:

De trainer introduceert de drie thema's waar de deelnemers op zullen focussen:

- **creativiteit**
- **praktische vaardigheden**
- **samenwerkingsvaardigheden**

De trainer vraagt elke deelnemer om drie talenten of sterke eigenschappen van zichzelf op post-it briefjes te schrijven. Ze krijgen 5 minuten om na te denken, te schrijven en de post-it's bij de drie thema's te plakken: één post-it bij elk thema.

Als volgende stap moet elke deelnemer aan de groep uitleggen waarom deze de post-its daar hebben geplakt en wat de relatie met het thema is. De deelnemers reflecteren op hun denkproces en gaan aan de slag met de manier waarop ze hun kwaliteiten presenteren. De deelnemers reflecteren op hun denkproces en gaan aan de slag met de manier waarop ze hun kwaliteiten presenteren.

Opmerkingen: Door deze activiteit beginnen de deelnemers na te denken en te visualiseren wat hun sterke punten zijn en de thema's waar ze onderdeel van zouden kunnen zijn. Ze kunnen ook werken aan elementen van pitchen, omdat ze aan een kleinschalige presentatie moeten werken. Dit helpt jongeren na te denken over hoe ze hun sterke punten kunnen gebruiken en contact kunnen maken met anderen.

Variaties: Als er geen materialen beschikbaar zijn, of als je wat beweging wenst, kan de trainer de deelnemer ook vragen om in de driehoek van de thema's te gaan staan en uit te spreken wat zijn/haar kwaliteit of talent ten opzichte van dit thema is. De deelnemer legt vervolgens aan de groep en de trainer uit waarom hij/zij daar staat.

Tips voor de trainer: Het is belangrijk dat elke deelnemer genoeg tijd heeft om te reageren en reflecteren. Als de tijd te kort is, kan deze verlengd worden. Na deze sessie is het interessant om elke deelnemer met een mobiele telefoon foto's te laten maken van zijn opstelling als geheugensteuntje en om later terug te kijken op het trainingsproces. Vragen voor de deelnemer kunnen zijn: waarom heb je je papier daar geplaatst? Zou je dat talent ook bij een ander thema kunnen plaatsen?

3.14. Bewust zijn van Creativiteit

- **Geschatte tijd/duur:** 40 minuten
- **Korte beschrijving en doelstellingen van de workshop:** Deze workshop heeft als doel deelnemers te helpen om buiten de gebaande paden te denken, creativiteit als hulpmiddel te gebruiken, concepten te visualiseren. Doelstellingenoverzicht: bewustwording van abstracte concepten, probleemoplossing, positiviteit, omgaan met angst, omgaan met onzekerheid en besluitvorming. Belangrijkste leerresultaten: Kennis: hoe te laveren in nieuwe situaties, hoe complexe onderwerpen te benaderen. Levensvaardigheden: beslissingen nemen. Creatieve vaardigheden: reflectie, positiviteit, creatief denken
- **Materialen:** n.v.t.
- **Minimale deelnemers:** 3

Beschrijving van de werkwijze

De trainer introduceert een abstract concept door één woord te zeggen. Bijvoorbeeld "succes".

De trainer vraagt de deelnemers één voor één een houding aan te nemen die dit woord weerspiegelt. Willekeurig welke statische positie (zoals een beeldhouwwerk) die in hen opkomt wanneer ze het woord horen. De oefening begint met de eerste deelnemer, dan moet de tweede het beeld aanvullen, de derde hetzelfde, enzovoort tot ze allemaal standbeelden zijn.

Als volgende stap kan elke deelnemer een woord zeggen dat zijn specifieke positie weergeeft of een geluid maken. We vragen de deelnemers te kijken naar wat iedereen heeft gedaan, zodat ze nieuwe vormen van dit concept kunnen visualiseren.

De trainer herhaalt hetzelfde proces met andere woorden, bijvoorbeeld: vriendelijkheid, ideeën, uitdagingen, kansen enz.

Opmerkingen: Deze activiteit zet de deelnemer aan om na te denken en te verbeelden hoe woorden en concepten waarmee we allemaal vertrouwd zijn, vele vormen kunnen aannemen. Door nieuwe ideeën te zien, kunnen ze buiten de gebaande paden denken, hun creatieve denkvermogen vergroten en dit vermogen gebruiken bij nieuwe uitdagingen. Bovendien dwingt het hoge tempo van deze oefening de deelnemers om snel beslissingen te nemen. Hierdoor durven ze meer, kunnen ze omgaan met angst of vrees en voelen ze zich moedig genoeg om de volgende stap te zetten.

Variaties: Het is mogelijk om de deelnemers te vragen om tegelijkertijd hetzelfde woord in een cirkel te vormen, in plaats van samen een groot plaatje te bouwen. Dan kan de groep zien hoeveel nieuwe ideeën en vormen uit hetzelfde woord kunnen ontstaan.

Tips voor de trainer: Het is belangrijk dat elke deelnemer genoeg tijd heeft om te reageren en na te denken. Als de tijd te kort is, kan deze verlengd worden. Na deze sessie kun je de deelnemers vragen om indrukken en gedachten uit te wisselen over wat ze gezien hebben, hoe ze zich voelden en wat ze mee kunnen nemen.



3.15. Verhalen vertellen als hulpmiddel

- **Geschatte tijd/duur:** 30 minuten - 2 uur
- **Korte beschrijving en doelstellingen van de workshop:** De workshop heeft als doel om deelnemers te helpen kleine scènes te creëren met behulp van creativiteit, inspiratie en het ontwikkelen van een verhaal.

Doelstellingenoverzicht: het opbouwen van *soft skills* (persoonlijke, emotionele, sociale en intellectuele vaardigheden) zoals concentratievermogen, focussen, actief luisteren, participatie, sociale vaardigheden en communicatievaardigheden. Deze activiteit is perfect om ingewikkelde of abstracte onderwerpen te bespreken en kan een veilige omgeving zijn om sociale kwesties ter sprake te brengen. Belangrijkste leerresultaten: Kennis: hoe bouw je een verhaallijn. Levensvaardigheden: beslissingen nemen, communicatieve vaardigheden

• **Creatieve vaardigheden:** creatief denken, presentatievaardigheden

• **Materiaal:** afbeeldingen die Ansichtkaarten, krantenfoto's of zelfs foto's uit tijdschriften kunnen zijn.

• **Minimale deelnemers:** 3

Beschrijving van de werkwijze:

De trainer vraagt de deelnemers om elk drie afbeeldingen te kiezen. Nadat ze allemaal de beelden van hun voorkeur hebben gekozen, zoeken ze een plek in de ruimte waar ze zich kunnen concentreren en kunnen werken. Hun taak is met de drie gekozen beelden één verhaal samen te stellen. Het is mogelijk om een verhaal te monteren in de vorm van woorden, choreografie of kleine scènes. De presentatie kan een creatief resultaat zijn op basis van de tijd en de keuze van de deelnemer. Wat belangrijk is, is dat ze alle drie de plaatjes duidelijk hebben gebruikt.

Als volgende stap moet elke deelnemer zijn verhaal aan de groep presenteren en de afbeeldingen te laten zien die als inspiratie voor het verhaal zijn gebruikt.

Opmerkingen: Deze activiteit zet de deelnemer aan om te bedenken en te visualiseren wat zijn sterke punten zijn en van welke thema's hij deel zou kunnen uitmaken. Ze kunnen ook elementen van pitchen trainen, omdat ze moeten werken aan een kleinschalige presentatie. Dit helpt jongeren na te denken over hoe ze hun sterke punten kunnen gebruiken en contact kunnen maken met anderen.

Variaties: Het is ook mogelijk om deelnemers te vragen om als groep een verhaal te bouwen. Elke deelnemer kan bijvoorbeeld één kaart kiezen en vervolgens maak je groepjes van drie. Deze drie hebben nu als team drie kaarten en kunnen als team een verhaal presenteren.

Tips voor de trainer: Het is belangrijk dat elke deelnemer het gevoel heeft dat dit een veilige omgeving is om hun verhaal te creëren en te presenteren. Het is ook mogelijk om in de volgende sessies voort te bouwen op deze activiteit. De deelnemers kunnen doorgaan met hetzelfde verhaal en er een tweede deel van maken. Dit kan uitmonden in een langere presentatie. De trainer kan de deelnemers ook vragen om tekst te zoeken of te schrijven en rekwisieten te zoeken, wat de presentatie sterker kan maken.



3.16. Presenteren voor publiek

- **Geschatte tijd/duur:** 1-3h
- **Korte beschrijving en doelstellingen van de workshop:** Deze workshop is bedoeld om deelnemers te helpen bij het maken van een presentatie over een gekozen thema voor publiek.
Doelstellingenoverzicht: vergroten van bewustzijn; kennis over een specifiek onderwerp; presentatievaardigheden; samenwerkingsvaardigheden; actief burgerschap. Belangrijkste leerresultaten: Kennis: hoe presenteren voor een publiek, thema specifieke feiten en informatie
Levensvaardigheden: beslissingen nemen, communicatieve vaardigheden, samenwerkingsvaardigheden. Creatieve vaardigheden: creatief denken
- **Materiaal:** pen en papier voor iedere deelnemer
- **Minimale deelnemers:** 3

Beschrijving van de werkwijze:

De groepen worden verdeeld in teams van 3 deelnemers. De opdracht is om samen een korte act van 5 - 7 minuten te maken die aan het publiek kan worden getoond. De trainer kiest de thema's en geeft deze als opdracht aan de groepen.

De trainer vraagt de deelnemers om te kiezen met wie ze willen werken of gebruikt een leuke/uitdagende manier om de groep te mixen. De deelnemers moeten zich richten op het maken van een korte act - presentatie voor het publiek, gebaseerd op het thema dat ze hebben gekregen. Suggestie: deelnemers richten zich op de discipline/gebieden waar ze goed in zijn. Als er in de groep bijvoorbeeld een danser of een zanger zit, kunnen ze dit gebruiken om het publiek aan hun presentatie te binden. Hun korte act moet een specifieke titel hebben, waar de groep ook over moet beslissen. Door een naam te bedenken, bakenen ze automatisch een kader voor zichzelf af en een thema waaraan ze moeten werken. Ze hebben 30 minuten om zich voor te bereiden.

Na 30 minuten werken, presenteren de deelnemers hun act voor het eerst aan de rest van de groep. Aan het eind van alle presentaties volgt een korte bespreking met de hele groep onder leiding van de trainer. De trainer kan de deelnemers de volgende vragen stellen: Wat vond je goed? Wat zijn de verbeterpunten?

Hierna gaan de deelnemers weer aan de slag, om de act te verbeteren. Dit duurt 15 - 20 minuten. Na elke presentatie vraagt de trainer of de deelnemers die hebben gekeken nog opmerkingen of suggesties hebben voor de presentatoren.

De presentatoren kunnen de opmerkingen meenemen voor de volgende keer, als ze verder willen werken aan deze acts.

Opmerkingen: Deze activiteit laat deelnemers dieper nadenken en een specifiek onderwerp verkennen. Ze raken meer betrokken bij en direct verbonden met het thema. Door hun creativiteit en samenwerkingsvaardigheden te gebruiken, presenteren ze iets voor publiek om hun mening over dit onderwerp te delen en een stroom aan gedachten of discussies rond dit onderwerp te starten. De acts kunnen na een aantal sessies oefenen en plannen aan een extern publiek worden getoond, of binnen de groep blijven om een discussie over sociale kwesties op gang te brengen.

Variaties: De trainer kan van tevoren onderwerpen bepalen of de groep extra tijd geven en hen vragen een thema te kiezen waaraan ze willen werken.

Tips voor de trainer: De trainer kan in korte tijd inzicht krijgen in de presentatievaardigheden en kennis van sociale kwesties van de deelnemers. Dit kan zeer nuttig zijn voor het groepswerk.

4. Bestaande software en digitale hulpmiddelen

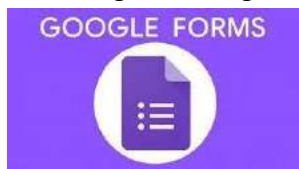
4.1. De selectie van software en digitale hulpmiddelen

In het huidige digitale tijdperk zijn er verschillende digitale hulpmiddelen die ons kunnen helpen bij het managen van taken of zelfs het uitvoeren van complexe projecten. Uiteindelijk is de sleutel tot het kiezen van de juiste digitale tool het onderzoeken van bestaande tools en het zorgvuldig afwegen van de beschikbare opties.

In deze toolkit hebben we enkele tools/software geselecteerd die de gebruikers kunnen ondersteunen. Bij deze selectie geven we een inleiding bij elk hulpmiddel, een overzicht van de functies en linken voor verder onderzoek.

4.1.1. Google-formulieren

Afbeelding van het logo:



Link naar het digitale hulpmiddel: <https://docs.google.com/forms>

Beschrijving: Google Forms is een gratis online tool van Google waarmee gebruikers formulieren, enquêtes en quizzen kunnen maken en deze bestanden kunnen bewerken en delen met andere mensen. De applicatie kan zowel op mobiele telefoons als in webbrowsers worden gebruikt - er is geen speciale software voor nodig. Gebruikers krijgen direct resultaten binnen. Ze kunnen de enquêteresultaten ook kort samenvatten met grafieken en diagrammen.

Als je wilt weten hoe Google Forms wordt gebruikt, klik je hier: https://support.google.com/a/users/answer/9302965?hl=en&ref_topic=9296604 Daar vind je de volgende secties:

- Het formulier maken
- Kies een instelling en bekijk deze vooraf
- Verstuur het formulier
- Analyseer de reactie

Aanbevelingen (voor jongerenparticipatieprocessen)

Google Forms is één van de applicaties die deel uitmaken van Google workspace. Al deze applicaties zijn gratis als gebruikerstoepassing, maar voor meer geavanceerde belevingen zijn er verschillende abonnementen met verschillende tarieven te krijgen. Als je alleen Google Forms wil gebruiken, raden we je aan de gratis versie te gebruiken. Een Google workspace-abonnement is interessant voor features als meer ruimte op een drive of gepersonaliseerde functies in een e-mailadres, maar niet voor Google Forms.

Andere nuttige links: <https://www.youtube.com/watch?v=xyq4N0GC2bU>

4.1.2. Notion

Afbeelding van het logo:



Link naar het digitale hulpmiddel :<https://www.notion.so/>

Beschrijving: Notion is managementsoftware om projectmanagementsystemen te maken die zijn aangepast aan de behoeften van gebruikers. De functies helpen teamleden een ruimte op maat te creëren om de efficiëntie te verbeteren door consistente processen in te stellen die passen bij de workflow van hun team. Gebruikers kunnen voor elk project verschillende sjablonen maken om problemen met dezelfde criteria te benaderen. Het bevat een notitiegedeelte om discussieonderwerpen aan te maken en gebruikers kunnen ontwerp-apps zoals Figma, envision designs, afbeeldingen, video en meer insluiten.

Notion helpt managers om verschillende processen op te zetten, elke stap bij te houden en de verschillende fasen te markeren om deadlines in de gaten te houden.

Het aanbod is heel betaalbaar:

- Personal is gratis en bedoeld voor persoonlijk gebruik door individuen die hun projecten willen organiseren.
- Personal Pro biedt geavanceerde opties voor gebruikers die meerdere projecten beheren.
- Team is handig voor kleine en middelgrote teams die willen samenwerken in dezelfde werkruimte.
- Enterprise, gericht op grotere organisaties die geavanceerde instellingen nodig hebben om het beheer van hun teams te optimaliseren.

Aanbevelingen:

Notion kan heel nuttig zijn voor jongerenorganisaties die beginnen met het digitaliseren van hun processen. Het aanbod 'Team' biedt alle functionaliteiten om hun workflow aan te passen aan de software en er het meeste uit te halen. Ze kunnen een plan maken met hun teams, taken, doelstellingen en overkoepelende organisatie om de beste template te kiezen om aan te passen.

Hoe kunnen jongerenorganisaties/werkers deze tool gebruiken?

Jongerenorganisaties kunnen deze tool gebruiken om effectiever te werken. Deze tool verzamelt namelijk alles op één plek: notities, bestanden, samenwerkingsdocumenten, agenda's, lijsten, tabellen, tijdlijnen, enz. Het is erg praktisch als je met meerdere mensen aan een project werkt. Deze tool stuurt ook meldingen over vertragingen in de taken zonder erg opdringerig te zijn, wat goed is om jongeren eraan te herinneren wat ze moeten doen zonder al te hinderlijk te zijn.

Andere nuttige links:

Tutorial - Notion : <https://www.youtube.com/watch?v=aA7si7AmPkY>

Getting aan de slag in Notion

<https://www.youtube.com/watch?v=oTahLEX3NXo&list=PLzaYMdbJMZW0gYyfNhL0sHheU5WR2YKE1>

<https://www.notion.so/help/guides/a-project-management-system-for-your-design-team-th-at-connects-alles-op-je-werkhttps://www.bardeen.ai/posts/notion-project-management>

4.1.3. Ganttproject

Afbeelding van het logo:



Link naar de tool: <https://ganttpro.com>

Beschrijving: GanttProject is projectbeheersoftware op Java-basis die gratis kan worden gedownload. Het werkt met Microsoft Windows, Linux en Apple macOS besturingssystemen. Het beschikt over basisfuncties voor projectbeheer, zoals een Gantt-diagram voor het plannen van projecttaken en resourcebeheer met behulp van belasting diagrammen. Het heeft veel rapportagemogelijkheden, zoals Microsoft Project, HTML, PDF of spreadsheets. Het helpt teams om effectief te communiceren en al hun documenten in één werkruimte te bewaren. Met de software kunnen taken aan teamleden worden gedelegeerd. Het helpt ook om alle bestanden, communicatie en projecten op één plek te bewaren. De resource manager functie laat zien welke teamleden beschikbaar zijn en wie overwerk heeft, om samen te werken en efficiënt taken toe te wijzen. Gebruikers kunnen ook de algemene voortgang van projecten volgen met gedetailleerde rapporten in realtime. Ganttpro is de meest ontwikkelde versie van de software en heeft vier opties:

- Basic, tegen betaling per gebruiker, is bedoeld voor kleine teams die een duidelijk overzicht willen hebben van hun huidige projecten.
- Pro, ook betaald per gebruiker, biedt de meeste essentiële functies om projecten effectief te beheren.
- Business, tegen betaling door gebruikers, gericht op middelgrote en grotere organisaties die een gestructureerde organisatie nodig hebben om taken toe te wijzen en projecten bij te houden.

Enterprise, een aanbod op maat van elke organisatie, afhankelijk van de functies die ze willen opnemen.

Aanbevelingen: Kleine jongerenorganisaties kunnen beginnen met de gratis versie en overstappen naar de basisversie als ze meer geavanceerde functies willen, maar toch basic willen zijn. Middelgrote en grotere organisaties zullen meer nuttige functies vinden in het pro- en businessplan, omdat ze het ontwerp en de grafieken kunnen aanpassen aan hun behoeften om hun projecten en het werk van elk teamlid bij te houden.

Hoe kunnen jongerenorganisaties/werkers deze tool gebruiken?

Jongerenorganisaties kunnen deze digitale tool gebruiken om Gantt-diagrammen te maken die een visuele weergave geven van de tijdlijn van elke taak van een project. Met deze tool kan een organisatie ook alle bestanden, communicatie en projecten op één plek opslaan, wat handig kan zijn als je met jongeren werkt. Het beperken van het aantal communicatiekanalen is inderdaad gemakkelijker, duidelijker en effectiever als je met meerdere mensen, vooral jongeren, aan een project werkt. Het feit dat het ook laat zien welke teamleden beschikbaar zijn en welke overbelast zijn, is erg praktisch. Het stelt de projectmanager in staat om de taken gelijkmatiger en eerlijker te verdelen tussen de leden van de organisatie.

Andere nuttige links: <https://www.youtube.com/watch?v=ZIEyU5fXnzA> <https://www.youtube.com/watch?v=V1FwzVXxiZM> <https://www.atlassian.com/agile/project-management/gantt-chart>

4.1.4. Asana

Afbeelding van het logo:



Link naar het digitale hulpmiddel: <https://asana.com/>

Beschrijving: Asana is een content management systeem (CMS) voor op de werkplek waarmee teams taken kunnen organiseren, samenwerken, plannen en uitvoeren. Het is een web gebaseerde tool voor taakbeheer en samenwerking om de voortgang van projecten en taken bij te houden, bestanden, opmerkingen en notities te delen en deadlines op te volgen. Het is ontworpen om projectmanagement in grote en kleine teams te helpen hun organisatie te optimaliseren. Het ontwerp van de interface is zeer gebruiksvriendelijk en de agenda kan worden gesynchroniseerd met de rest van de taken. Een lid kan een nieuw team aanmaken, verzoeken om lid te worden van andere groepen en toegang krijgen tot openbare projecten en taken van de organisatie.

Het programma kan worden gekoppeld aan andere tools zoals communicatietools (Microsoft Teams of Slack), platforms voor het delen van bestanden (Dropbox, Google Drive, One Drive), contentmanagementsystemen (Office 365, Box, Power BI), e-mail (Gmail) of ontwerptools (Adobe Creative Cloud).

Er zijn vier plannen:

- Basic is gratis en biedt basisfuncties, maar is handig voor kleine teams die aan de slag willen met projectbeheer.
- Premium is ook bedoeld voor kleinere teams die geavanceerdere functies nodig hebben.
- Business, wat handig is voor grotere teams en bedrijven die meerdere projecten tegelijk hebben lopen.

Enterprise, dat bedoeld is om organisaties te helpen die extra beveiliging en controle nodig hebben bij het beheren van hun projecten.

Aanbevelingen: Jongerenorganisaties kunnen het platform beginnen te gebruiken met het basisplan om eraan te wennen en dan beslissen of ze overstappen, afhankelijk van hun behoeften. Ze kunnen een profiel aanmaken voor elk teamlid en een sectie bouwen met de verschillende projecten en initiatieven waar ze aan werken. De manager kan taken en andere doelstellingen met specifieke deadlines toewijzen aan elk teamlid en de voortgang bijhouden.

Hoe kunnen jongerenorganisaties/werkers deze tool gebruiken?

Jongerenorganisaties kunnen dit digitale hulpmiddel gebruiken om de verschillende taken van het project te verdelen over de leden, zodat elk lid weet wat hij moet doen en wanneer het klaar moet zijn. Als je met jongeren werkt, kan deze tool nuttig zijn om hen individueel betrokken en gemotiveerd te houden bij het project. Het laat hen zien dat ieder lid een rol heeft en dat iedereen bijdraagt aan het project. Het is ook erg praktisch om de voortgang van het project in de gaten te houden.

Andere nuttige links: https://www.youtube.com/watch?v=6na4wgTwJGw&list=PLJFG93oi0wJDMccrrEbbZha0v64J_o63K8 <https://academy.asana.com/series/video-tutorials-tips> <https://asana.com/guide/get-gestart/begin/quick-start> <https://asana.com/guide/examples/project-management/project-beheer> <https://www.hivedesk.com/blog/asana-project-management/>

4.1.5. Linktree

Afbeelding van het logo:



Link naar het digitale hulpmiddel: https://linktr.ee/?gclid=Cj0KCCQiA4OybBhCzARiAlcfn9loJk1MmPkGq6B2ryrCJ-_I05-SjwRsIFzXyx-9p9Y5WPonl5E8xYsaArPbEALw_wcB

Beschrijving: Met Linktree kun je een gepersonaliseerde en aanpasbare pagina maken die alle belangrijke links bevat die je met je publiek wilt delen. Je kunt Linktree gebruiken om alles wat je deelt te laten zien, overal waar je het deelt, op één locatie. Het is een link-in-bio oplossing die werkt op Instagram, TikTok, Twitch, Facebook, YouTube, Twitter, LinkedIn en andere platforms. Je kunt deze unieke URL opnemen in je social media bio's, e-mailhandtekeningen, visitekaartjes en overal waar je fans, bezoekers en klanten je kunnen vinden en met je in contact kunnen komen. Linktree biedt ook analyses die je kunt gebruiken om te zien welke links de meeste klikken genereren. Linktree is gratis, maar biedt ook een 'Pro'-abonnement.

Aanbevelingen: Linktree wordt aanbevolen in externe communicatie voor het promoten van evenementen, campagnes en sociale media.

4.1.6. FreeLogo

Afbeelding van het logo:



Link naar het digitale hulpmiddel: <https://www.freelogodesign.org/>

Beschrijving: FreeLogoDesign is gratis online software waarmee ondernemers, organisaties en bedrijven gemakkelijk en efficiënt professionele logo's kunnen maken. Maak een logo van topkwaliteit met de Free Logo Design Maker om te dienen als de hoeksteen van de merkidentiteit van een bedrijf. Ontwikkel een bedrijf op alle platforms met een betrouwbaar en consistent merk. Gebruik het logo op sociale media, websites en promotieartikelen. Laat het daar zien. Het gemaakte logo kan ook worden gebruikt om meteen gepersonaliseerde visitekaartjes te maken. Je hoeft ze alleen maar af te drukken en uit te delen aan iedereen. FreeLogoDesign kan door iedereen gebruikt worden omdat het een gebruiksvriendelijke app is. Het bestaat uit drag-and-drop opties en de mogelijkheid om de kleuren en de tekst van je afbeelding te bewerken maakt het nog toegankelijker voor mensen met weinig kennis van technologie en grafisch ontwerpen.

Aanbevelingen: Free Logo wordt aanbevolen voor het creëren van het logobeeld van je organisatie of bedrijf en voor het promoten van je idee door middel van een beeldformaat.

4.1.7. Trello

Afbeelding van het logo:



Link naar het digitale hulpmiddel : <https://trello.com/en>

Beschrijving: Trello is een eenvoudige en gebruiksvriendelijke samenwerkingstool waarmee je projecten en alles wat ermee te maken heeft in borden kunt organiseren. Deze digitale tool biedt borden, kaarten en lijsten voor projectbeheer. Taken kunnen ook worden toegewezen aan groepsleden binnen de tool en de leden krijgen een melding als er iets verandert op de kaarten. Het bevat deadlines en kan worden gekoppeld aan verschillende digitale tools zoals Slack, Google Drive, enz. Trello heeft wereldwijd 40 miljoen gebruikers. Borden vormen het startpunt en richten zich meestal op een overkoepelend project, zoals het lanceren van een nieuwe website, of op procesmatige taken, zoals het inwerken van een medewerker. Binnen elk board kunnen verschillende lijsten worden aangemaakt om de voortgang van een project aan te geven; "to do", "in progress" en "done" lijsten zijn veelvoorkomende voorbeelden. Individuele kaarten binnen de lijsten bevatten informatie over een specifieke taak en kunnen naar behoefte van lijst naar lijst worden verplaatst (bijvoorbeeld wanneer een taak is voltooid).

Trello heeft vier versies. De gratis versie bevat verschillende functies zoals onbeperkte kaarten, maximaal 10 borden per werkruimte, onbeperkte opslag (100mb/bestand), enz. De duurste versie begint vanaf \$17,50 voor 50 gebruikers en bevat een onbeperkte werkruimte, gasten met meerdere borden, openbaar beheer van borden, enz. Over het algemeen is de gratis versie van Trello de moeite waard en nuttig voor de organisatie en communicatie van een project.

Aanbevelingen: Over het algemeen raden we aan dat de gratis versie prima werkt. We hebben de gratis versie gebruikt en zijn tot nu toe geen enkel probleem tegengekomen. Een belangrijk feit om op te merken is dat wanneer je iets post @board gebruikt om alle leden van de groep automatisch op de hoogte te stellen.

Andere nuttige links:

<https://www.simplilearn.com/tutorials/project-management-tutorial/what-is-trello> <https://www.youtube.com/watch?v=xky48zyL9iA> <https://www.youtube.com/watch?v=6drUzoeHZkg>

4.1.8. Slack

Afbeelding van het logo:



Link naar het digitale hulpmiddel : <https://slack.com/>

Beschrijving: Slack is het acroniem voor "Searchable Log of All Communication and Knowledge" (Doorzoekbaar logboek van alle communicatie en kennis). Slack is een berichtenapp voor bedrijven die mensen verbindt met de informatie die ze nodig hebben. De innovatieve basis van Slack is het creëren van meerdere kanalen voor verschillende onderwerpen. Slack kan bijvoorbeeld een hoofdkanaal hebben voor de algemene informatie die wordt gedeeld, en tegelijkertijd kan een aparte chatbox (of kanaal) meer gespecificeerd zijn. Je kunt ook heel gemakkelijk polls maken en bestanden en inhoud delen. In Slack heeft iedereen in een organisatie toegang tot dezelfde gedeelde en doorzoekbare informatie. Wanneer teams samenwerken in kanalen, kan informatie in één keer met iedereen worden gedeeld, waardoor teams op één lijn blijven en sneller beslissingen kunnen nemen.

Het verschil tussen de gratis en betaalde opties is cruciaal. De gratis versie heeft een berichtengeschiedenis van 90 dagen, en 1:1 huddle en een beperking van 10 geïntegreerde tools. In de betaalde versie zijn de functies onbeperkt, en is er een Workflow Builder, verbeterde beveiliging en gegevensbescherming en specifieke ondersteuning.

De prijs ligt tussen €6,75 en €14,10 en is afhankelijk van de facturatie, jaarlijks of maandelijks.

Aanbevelingen: Hoewel de gratis versie goed is (is degene die wij gebruiken), bevelen we toch de betaalde versie aan. Het kan vervelend zijn als je naar een bericht zoekt en het niet kunt vinden doordat de 90 dagen voorbij zijn.

Andere nuttige links: <https://www.youtube.com/watch?v=q19RtuCHt1Q> <https://www.youtube.com/watch?v=RRxQQxiM7AA>
<https://www.adaptavist.com/resources/how-to-use-slack-the-ultimate-beginners-gids>

5. De ontwerpen -werktools

5.1. De selectie van ontwerpen

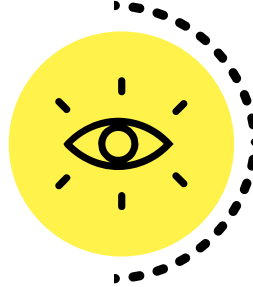
In dit hoofdstuk introduceren we onze selectie ontwerpen voor projectontwerp en -beheer. We hebben een voorbeeldselectie samengesteld om de lezers te helpen een idee efficiënter en effectiever om te zetten in actie. Onze collectie bevat ontwerpen voor het creëren van een project, het managen van een project, communicatie en het monitoren van de impact. Deze ontwerpen zijn aanpasbaar, zodat teams ze kunnen afstemmen op hun specifieke behoeften en projectvereisten.

DESIGN PROCESS

1

Opzet

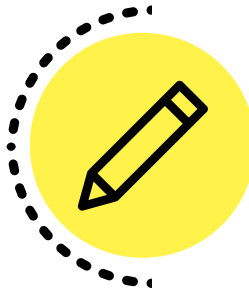
Doe vooronderzoek, stel de output van het project vast en schrijf je opdracht.



2

Planning

Bepaal de rollen en verantwoordelijkheden van het team en leg deadlines en budgetten vast.



3

Uitvoering

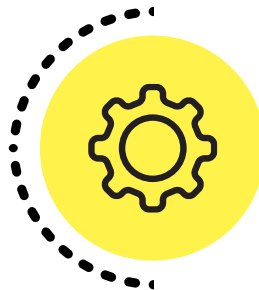
Deze stap heeft betrekking op het budget, de tijdlijn, de kwaliteit en het beheer van vergaderingen. Je moet ook rekening houden met de middelen en de interne beoordelingen.



4

Controle

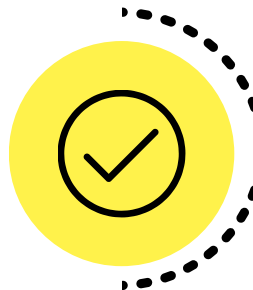
Controleer de tijd, omvang en kosten. Je moet ze ook aanpassen als dat nodig is.



5

Afsluiting

Evalueer de successen en mislukkingen van de projecten en het managen ervan. Maak vervolgens je definitieve projectrapport en bereken het laatste budget.





PROJECT MANAGEMENT TIMELINE

01

Opzet:

Doe vooronderzoek, stel de output van het project vast en schrijf je opdracht.



02

Planning:

Bepaal de rollen en verantwoordelijkheden van het team en leg deadlines en budgetten vast.



03

Uitvoering :

Deze stap heeft betrekking op het budget, de tijdlijn, de kwaliteit en het beheer van vergaderingen. Je moet ook rekening houden met de middelen en de interne beoordelingen.



04

Controle:

Controleer de tijd, omvang en kosten. Je moet ze ook aanpassen als dat nodig is.



05

Afsluiting :

Evalueer de successen en mislukkingen van de projecten en het managen ervan. Maak vervolgens je definitieve projectrapport en bereken het laatste budget.





VERSPREIDING EN COMMUNICATIE

DOELEN & DOELSTELLI NGEN

Schets duidelijk meetbare en realistische doelen die aansluiten bij de missie van de organisatie voor het initiatief.

DOELGROEP BEPALEN

Bepaal de primaire en secundaire doelgroep, rekening houdend met hun demografische gegevens, interesses en communicatie voorkeuren.

KIES EEN EFFECTIEF KANAAL

Kies geschikte communicatiekanalen zoals sociale media, websites, e-mailnieuwsbrieven, evenementen, workshops en lokale media.

ONTWIKKEL BOEIENDE CONTENT

Maak boeiende content zoals artikelen, video's, infographics en succesverhalen om belangrijke boodschappen effectief over te brengen en de doelgroep te betrekken.

MONITOREN EN AANPASSEN

Evalueer voortdurend wat de strategie oplevert, met behulp van statistieken en feedback. Maak de nodige aanpassingen om de communicatie-inspanningen te optimaliseren en relevant te blijven.



Beoordelen van effecten



01



Input

Financiële, personele en materiële middelen voor de ontwikkeling van het project.

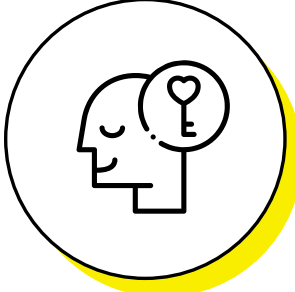


02



Activiteiten

Ondernomen acties of uitgevoerd werk om een specifiek doel te bereiken dat is vastgesteld tijdens de planningsfase van het project.



03



Resultaat

Producten of diensten die voortkomen uit een project.



04



Resultaten

De waarschijnlijke of bereikte korte- en middellangetermijneffecten van de interventie.



05



Impact

Het positieve of negatieve effect van een project, direct of indirect; bedoeld of onbedoeld.

6 Jongerenpas: een nuttig instrument voor jongeren in Europese context

De Youthpass (jongerenpas) is een waardevol instrument - ontwikkeld door de Europese Commissie - met als doel het erkennen en valideren van de leerresultaten van jongeren die betrokken zijn bij niet-formele en informele leeractiviteiten. De Youthpass speelt een cruciale rol bij het documenteren en belichten van de prestaties van jonge deelnemers aan het #UComE-project, dat zich richt op de systematische en gedigitaliseerde aanpak voor het herstel van de maatschappelijke betrokkenheid van jongeren met op hen gerichte activiteiten.

Binnen het #UComE-project dient de jongerenpas als erkenning voor de vaardigheden, competenties en persoonlijke groei die jongeren opdoen door hun actieve betrokkenheid bij initiatieven die de maatschappelijke participatie bevorderen. De pas voorziet hen van een formele erkenning van hun leerproces, wat zeer nuttig kan zijn in lokaal verband. In lokaal verband kan de jongerenpas worden gebruikt als instrument om de impact en waarde aan te tonen van de betrokkenheid van jongeren bij gemeenschapsactiviteiten. Het dient als bewijs van de kennis, vaardigheden en ervaring die jonge deelnemers hebben opgedaan en benadrukt hun bijdragen aan gemeenschapsontwikkeling en sociale cohesie.

Opnemen van de Youthpass in de gedigitaliseerde aanpak van het #UComE-project maakt het proces van documenteren en delen van prestaties van jongeren toegankelijker en efficiënter. Digitalisering zorgt voor een naadloze integratie met online platforms en tools, waardoor Youthpass bestanden toegankelijker zijn en de prestaties van jongeren makkelijker verspreid kunnen worden binnen hun gemeenschap. Bovendien is de Youthpass te gebruiken om de inzetbaarheid van jongeren in hun lokale context te vergroten. Het biedt een erkend certificaat van hun vaardigheden en competenties, wat waardevol kan zijn bij het zoeken naar werk of het volgen van vervolgonderwijs en trainingsmogelijkheden.

Klik hier om je eigen Jongerenpas aan te maken: <https://www.youthpass.eu/es/>

6.1. Bevindingen over leren, onderwijzen, trainen in activiteiten in Athene, Griekenland

In februari kwamen het #UComE consortium en verschillende jongerenwerkers een week samen in Athene. Deze bijeenkomst was bedoeld om de tools binnen de UComE Toolkit te testen en te valideren door middel van workshops en feedbacksessies. Aan de activiteit namen 11 medewerkers van Logopsycom, IASIS, CIP en ZID deel, samen met één externe medewerker. De doelstellingen waren het beoordelen van de effectiviteit van de tools, het geven van feedback voor verbetering en het onderzoeken van hun impact op de vaardigheden en capaciteiten van de deelnemers.

De LTTA begon met een introductiedag gericht op het leren kennen van elkaar en de reikwijdte van de activiteit. Energizers in verband met de UComE Toolkit werden gebruikt om de deelnemers te betrekken. De volgende twee dagen bestonden uit workshops die elke organisatie presenteerde, zodat de deelnemers de tools konden testen en feedback konden geven. De voorlopige versie van het platform is ook getest en er is



gediscussieerd over toekomstige stappen en lokale activiteiten. De laatste dag bestond uit het evalueren van de algehele ervaring en het identificeren van onderdelen die voor verbetering vatbaar zijn.

De bevindingen van de workshops waren positief. De workshop van ZID over het maken van een mondelinge presentatie werd geprezen vanwege de verteltechniek en het vermogen om jongeren erbij te betrekken. De workshop van IASIS over besluitvorming werd geprezen voor het verbeteren van de managementvaardigheden en samenwerkingsvaardigheden van de deelnemers. De workshop van CIP over het maken van een podcast werd goed ontvangen, omdat het een platform biedt voor expressie en verbinding tussen jongeren. De workshop van Logopsycom over netwerken werd zeer gewaardeerd vanwege de impact op de betrokkenheid van jongeren bij de gemeenschap.

We leggen bij UComE-activiteiten de nadruk op het evaluatie- en verbeteringsproces, om de impact van het project te vergroten. Voor het consortium is het belangrijk om de tools voortdurend te verfijnen, de aanbevelingen op te volgen en ervoor te zorgen dat de workshops doeltreffend tegemoetkomen aan de behoeften en verwachtingen van de deelnemers. De LTTA toonde de waarde aan van ervaringsgericht leren en de positieve impact die het kan hebben op de vaardigheden en de betrokkenheid van de deelnemers.

6.2. Leerpunten over de lokale context

Leerpunten van het CIP over de lokale training



Om deelnemers voor het project te werven, werden twee lokale trainingssessies gehouden in Larnaca en Nicosia, Cyprus. De wervingsinspanningen bestonden uit het publiceren van een open oproep op sociale mediaplatforms en het benaderen van belanghebbenden met interesses in de intellectuele resultaten van het project. De eerste trainingssessie telde twee deelnemers, terwijl de tweede sessie een waar succes was met 18 deelnemers. De verschillende achtergronden van de deelnemers maakten de sessies productief en verrijkend en boden unieke perspectieven op het project. De activiteiten bestonden onder andere uit een SWOT-analyse aan de hand van geprinte scenario's en een podcastactiviteit waarin sociale kwesties in podcastvorm werden besproken. De betrokkenheid en feedback van de deelnemers was zeer positief, waarbij deelnemers die aanvankelijk soms aarzelden

door middel van gesprekken vertrouwen kregen.

Hoewel de opkomst bij de eerste sessie in Larnaca lager was dan verwacht, kreeg het project de kans om zichzelf te presenteren op een grote beurs in Nicosia tijdens de tweede sessie. De gids en Toolkit kregen constructieve en doordachte feedback, waarbij het belang van toegankelijkheid en de behoefte aan hulpmiddelen in de Griekse taal werd benadrukt. De workshops en praktische activiteiten in de Toolkit werden goed ontvangen en waren duidelijk en zeer waardevol voor de deelnemers. Het Community Engagement Platform werd geprezen voor zijn gebruiksvriendelijkheid en zijn vermogen om de samenwerking tussen jonge individuen en organisaties te bevorderen. Over het algemeen was het wervingsproces succesvol in het verzamelen van een diverse groep deelnemers. Hun deelname aan de trainingssessies was vruchtbaar en leidde tot productieve discussies en positieve feedback over de activiteiten en middelen van het project.

Leerpunten door Logopsycom over de lokale training

Logopsycom organiseerde een trainingssessie voor haar personeel met de materialen die met het project zijn gemaakt. 15 projectcoördinatoren werken dagelijks aan projecten die de betrokkenheid van de gemeenschap bij verschillende aspecten van het onderwijs bevorderen, daarom is het materiaal dat in het UComE-project is gemaakt om verschillende redenen relevant voor hen. De verschillende achtergronden van het team maakten de sessies productief en verrijkend en boden unieke perspectieven op het project. De trainingssessie was verdeeld in twee delen. Het eerste deel was gericht op de algemene introductie van het project, de belangrijkste doelen en activiteiten. Daarna gingen we naar de praktische aspecten. De workshops en praktische activiteiten in de toolkit werden positief ontvangen en geprezen om hun duidelijkheid en grote waarde voor de deelnemers.



De sessies dienden als introductie voor onze teamleden in de wereld van alternatieve methoden in het onderwijs en stelden hen in staat om de doelstellingen van UComE beter te begrijpen.

Het team besprak de mogelijke implementatie van verschillende activiteiten uit de toolkit in hun dagelijkse werk. Ze gaven ook feedback, suggesties en ideeën voor verbetering die in overweging zullen worden genomen tijdens de implementatie van het project in toekomstige verbanden.

Tot slot hebben alle projectcoördinatoren door de trainingssessie basiskennis opgedaan van de UComE-methodologie, die ze kunnen delen met andere professionals en jeugdwerkers om meer inclusieve en aantrekkelijke onderwijspraktijken te bevorderen.

Leerpunten van ZID over de lokale training

ZID Theater organiseerde een training voor 21 jongerenwerkers op 12 april 2023. De werving gebeurde door ons netwerk van sociale partners en scholen te benaderen. De uiteindelijke groep werd gevormd door deelnemers die voornamelijk met jongeren werken. Velen kwamen uit het nieuwe westelijke deel van de stad Amsterdam, waar op dit moment veel aandacht is voor hulp aan jongeren en mensen met problemen.

De training was speciaal ontworpen om de groep jongerenwerkers te helpen hun vaardigheden te ontwikkelen in het gebruik van theater als middel om jongeren te betrekken en te empoweren. De training was interactief en participierend en bood een scala aan technieken en oefeningen waarmee jongerenwerkers hun zelfvertrouwen en creativiteit konden vergroten om persoonlijke en sociale ontwikkeling mogelijk te maken.

Het materiaal dat in de training werd gebruikt, is binnen het UComE-project getest en verder ontwikkeld.

Tijdens de training leerden de jongerenwerkers over verschillende onderwerpen met betrekking tot jongeren, zoals verhalen vertellen, burgerparticipatie, netwerken en leiderschap. Ze onderzochten ook verschillende benaderingen om sociale problemen aan te pakken en



maatschappelijke betrokkenheid te bevorderen, en leerden hoe ze een veilige en ondersteunende omgeving kunnen creëren waarin jongeren zich creatief kunnen uiten.

Over het algemeen was deze training voor jongerenwerkers een uitstekende gelegenheid om te werken aan hun vaardigheden in het ondersteunen van de ontwikkeling en de empowerment van jongeren. Door activiteiten op het gebied van 'een leven lang leren' kunnen jongerenwerkers jongeren helpen om hun zelfvertrouwen, creativiteit en gevoel van representatie te ontwikkelen en tegelijkertijd positieve sociale verandering in hun gemeenschap te stimuleren.

Colofon

ZID Theater - City Art & Performance Center - projectleider - <https://zidtheater.nl>

Regisseur - Karolina Spaic

Financieel manager - Susanne Hazen

Projectleider - Valia Tamvaki

Projectmanager - Sofia Arangüena

Trainer - Naima Baraca

Fotografen - Maria Morales, Ibrahim Selek

IASIS NGO - <https://www.iasismed.eu>

Psycholoog en projectontwikkelaar - Elli Nikolakopoulou

Projectmanager - Thanos Loules

CIP - Burgers aan de macht - <https://citizensinpower.org>

EU-projectmanager en onderzoeker - Chrysostomos Peppos-

Senior EU-projectmanager en onderzoeker - Louiza Kythreotou

LOGOPSYCOM - <https://logopsycom.com>

Adjunct-directrice - Aleksandra Nowak Dupont

Projectcoördinator - Florence Stiennon

Uitgever: ZID Theater- City Art & Performance Center. 1e Editie 2023

UComE Toolkit - Hoe activeer je de maatschappelijke en politieke participatie van jongeren?

Ontwerp - Mina Stojakovic

Je mag dit werk niet voor commerciële doeleinden gebruiken. Gepubliceerd: 15 oktober 2023

Meer informatie: <https://ucomeproject.eu/>

Disclaimer

Deze toolkit is ontworpen in het kader van het Erasmus + KA2 project #UComE "

(Projectnummer: 2021-1-NL02-KA220-YOU-000028784).

Gefinancierd door de Europese Unie. Opvattingen en meningen zijn echter uitsluitend die van de auteur(s) en komen niet noodzakelijkerwijs overeen met die van de Europese Unie of het Uitvoerend Agentschap voor onderwijs en cultuur (EACEA). Noch de Europese Unie, noch EACEA kan hiervoor verantwoordelijk worden gehouden."

Bijlagen

Bijlage - Quiz over communicatie Bron: Quizziz - workshop Verbetering van communicatievaardigheden: verbaal en non-verbaal

- **Communicatie met behulp van gezichtsuitdrukkingen, oogcontact, bewegingen en gebaren is**
 - A oogcontact
 - B toon
 - C toon
 - D lichaamstaal
- **Het bewegen van lichaamsdelen, meestal armen, handen, benen, als expressiemiddel**
 - A vocale afleidingen
 - B gezichtsuitdrukkingen
 - C soepelheid
 - D gebaren
- **Ideeën en emoties non-verbaal overbrengen door je gezicht te veranderen.**
 - A oogcontact
 - B gezichtsuitdrukkingen
 - C gebaren
 - D stemvariatie
- **De volgende zijn allemaal voorbeelden van signalen: gebaren, oogcontact, lichaamshouding, gezichtsuitdrukkingen en fysieke verschijning.**
 - A verbaal
 - B omgeving
 - C fysiek
 - D non-verbaal
- **Alle zijn voorbeelden van non-verbaal communiceren verwacht...**
 - A gebaren
 - B lichaamshouding
 - C aanraking
 - D stem
- **Communicatie is altijd een proces.**
 - A één
 - B drie
 - C vier
 - D twee
- **Dit type communicatie is spreken met docenten en leerlingen.**
 - A non-verbaal
 - B schriftelijk
 - C lichaamstaal
 - D mondeling
- **Welke van de volgende zijn regels voor goed luisteren?**
 - A Stop met praten
 - B Vermijd afleiding
 - C Stel de spreker op zijn gemak
 - D Alle bovenstaande

- **Wat is geen non-verbale communicatie?**
 - A Oogcontact
 - B Verbaal praten
 - C Nagelbijten
 - D Armen gekruist
- **Communicatie is het proces van verzenden en ontvangen van berichten**
 - A waar
 - B fout
- **Oogcontact maken is een vorm van lichaamstaal**
 - A waar
 - B onwaar
- **De boodschap is % gesproken woord**
 - A 55
 - B 6
 - C 38
 - D 7
- **De boodschap is % lichaamstaal**
 - A 6
 - B 7
 - C 55
 - D 38
- **Het bericht is % tone of voice**
 - A 38
 - B 55
 - C 7
 - D 6
- **Typen non-verbale communicatie zijn NIET**
 - A genegenheid
 - B vijandigheid
 - C minachting
 - D boosheid
- **Universeel geaccepteerde emoties zijn NIET**
 - A verrassing
 - B walging
 - C boosheid
 - D luiheid
 - E gelukkig zijn
- **Goed oogcontact betekent NIET**
 - A communicatie open houden
 - B respect
 - C bereidheid om te spreken
 - D bereidheid om te luisteren
- **Geen goed oogcontact hebben betekent over het algemeen NIET**
 - A angst
 - B vermijding
 - C weerloosheid
 - D onbehagen
- **Non-verbale communicatie**
 - A uitwisseling van informatie met behulp van woorden
 - B verzenden en ontvangen van boodschappen zonder woorden

- **Verbale communicatie**
 - A verzenden en ontvangen van boodschappen zonder woorden
 - B uitwisselen van informatie met behulp van woorden
- **Non-verbale communicatie is het zenden en ontvangen van woordboodschappen**
 - A waar
 - B fout
- **Wat is lichaamstaal?**
 - A spreken vanuit jouw standpunt
 - B de uitwisseling van informatie door het gebruik van woorden
 - C je woorden zeggen één ding, maar je lichaamstaal zegt iets anders
 - D houdingen, gebaren en gezichtsuitdrukkingen

Antwoorden: 1 A - 2 A - 3 C - 4 D - 5 B - 6 B - 7C - 8C - 9C - 10 Waar - 11 waar - 12A - 13C - 14B - 15D - 16C - 17D - 18D - 19A - 20B - 21 onwaar - 22A

Bijlage - workshop netwerken

Spel 1 - Telefoon

Zet de deelnemers op een rij. Bedenk een woord of een zin. Vertel het aan de eerste persoon in de rij en hij of zij moet dezelfde boodschap aan de volgende persoon doorgeven. Ze mogen alleen hun stem gebruiken; ze mogen geen gebaren maken. Wanneer de boodschap het einde van de rij bereikt, vraag je de persoon om het te herhalen.

Spel 2 - Taboe

Maak een lijst met woorden over een bepaald onderwerp, zoals films, dieren, sport, boeken, personages, het weer, kleuren, voorwerpen, sociale media of elektronische apparaten. Schrijf ze allemaal op een stuk papier en vouw ze. Doe ze in een bakje.

Verdeel de deelnemers in twee of drie verschillende teams die om de beurt meedoen. Het spel bestaat uit drie rondes, maar je kunt slechts één type ronde kiezen. Bij elke beurt hebben ze 30 seconden om zoveel mogelijk papieren voor te stellen/te beschrijven.

- **Eerste ronde:** 1 persoon in het team moet een papier nemen en beschrijven wat er staat zonder het woord te noemen, zodat haar team het moet raden. De persoon mag geen gebaren maken, alleen woorden gebruiken. Ze mogen pas een ander papier pakken als het team het geraden heeft. Het woord is bijvoorbeeld 'potlood' en de beschrijving zou kunnen zijn 'voorwerp dat we gebruiken om te schrijven en we kunnen het uitwissen met een gum'. De ronde eindigt als ze alle termen hebben beschreven. Het team met de meeste papieren wint.
- **Tweede ronde:** De dynamiek is hetzelfde als in dezelfde ronde, ze moeten dezelfde termen beschrijven, maar deze keer mogen ze slechts één woord gebruiken. De term rubber kan bijvoorbeeld 'wissen' zijn. Om de ronde dynamisch te maken, kunnen ze de papieren doorgeven; ze hoeven niet bij dezelfde te blijven. De ronde eindigt als ze alle termen hebben beschreven. Het team met de meeste papieren wint. - **Derde ronde:** De dynamiek is hetzelfde. De deelnemers moeten zoveel mogelijk papiertjes met dezelfde termen verzamelen. Deze keer mogen ze alleen hun lichaamsgebaren gebruiken om ze weer te geven en ze mogen niet spreken of geluiden maken. De ronde eindigt als ze alle termen hebben beschreven. Het team met de meeste papieren wint.

Spel 3 - Liplezende leugenaars

Het spel bestaat uit het zeggen van een zin met de lippen maar zonder geluiden te produceren. Zet een deelnemer voor de rest van de groep. Vertel hem of haar een zin die hij of zij moet reproduceren. De eerste die het raadt, wint. Maak een aantal rondes en degene die het meeste heeft geraden, wint.

Besprek daarna met hen wat belangrijker was in elk spel (bijvoorbeeld in "telefoon" tellen woorden meer dan in "taboe", waar gebaren en uitdrukkingen een belangrijkere rol spelen). Leg vervolgens uit dat het nodig is om al deze vaardigheden te ontwikkelen en correct te gebruiken bij het opbouwen van vruchtbare en duurzame relaties voor netwerken. Aarzel niet om in detail uit te leggen: hoe houdt het verband met netwerken, waarom zijn deze spelletjes nuttig om deze vaardigheden te leren?

Bijlage - workshop netwerken - voorbeelden

LinkedIn: Dit is een professioneel netwerk. Het is handig om een profiel aan te maken en je ervaring of studies te laten zien. Het kan handig zijn als je op zoek bent naar een baan of een stage en om je profiel te laten zien. Veel organisaties controleren het en het kan een goede presentatie zijn als je met een bepaalde organisatie wilt samenwerken. Je kunt mensen vinden op basis van hun studies of ervaringen. Je kunt met ze in contact komen en ze een bericht sturen om jezelf voor te stellen.

Twitter: Het is geweldig om te reageren op actuele onderwerpen en op de hoogte te blijven van nieuws. Als je op zoek bent naar informatie of naar mensen die op een specifiek gebied werken. Je kunt hun tweet beantwoorden of ze een privébericht sturen. Als je geïnteresseerd bent in wat ze posten, kun je ze volgen.

Instagram: Hoewel TikTok meer gebruikers heeft, is Instagram nog steeds erg populair. Je kunt heel creatief zijn en een aantrekkelijk profiel maken. Denk na over een interessante bio en een thema. Je kunt wat je doet of je project presenteren in de vorm van foto's, collages of reels. Reels zijn tegenwoordig het populairst, maar ze kunnen anders zijn dan TikTok-video's. Het kan handig zijn om mensen te vinden in wie je geïnteresseerd bent en met hen in contact te komen via berichten. Vergeet niet om hashtags toe te voegen aan je berichten (niet te veel, maar goede en relevante) zodat mensen ze kunnen vinden en je kunnen gaan volgen. Als mensen je vragen sturen, beantwoord ze dan. Je kunt ook open vragen of opiniepeilingen maken op verhalen waar je direct met je volgers kunt communiceren. Je kunt je verhalen classificeren op basis van de thema's in je profiel, zodat mensen ze weer kunnen zien nadat ze zijn verlopen op de feed.

TikTok: De populairste tool van dit moment. Je kunt korte video's maken en een groot publiek bereiken. Als ze een doel hebben of als ze iets willen promoten waar ze aan werken of een project dat ze hebben gemaakt, kunnen ze korte video's maken om te posten. Je kunt ook mensen volgen en met ze praten via berichten.

Facebook: Hoewel het minder gebruikt wordt door jongeren, hebben veel organisaties en publieke personen een profiel en delen ze hun nieuws. Het kan een goed netwerkinstrument zijn omdat ze een pagina kunnen aanmaken als ze een project of activiteit hebben en hun nieuws kunnen delen. Ze kunnen ook andere pagina's volgen en met mensen communiceren via messenger. Ze kunnen evenementen creëren en promoten en ze kunnen interactieve inhoud uploaden.

Bijlage - Quizzen workshop interculturele communicatie

Quiz 1 - Interculturele communicatie Bron: London School <https://www.londonschool.com/lsc/resources/intercultural-quiz/>

- 1) **Wat wordt in Japan beschouwd als slechte etiquette?**
 - a) Een geschenk aanbieden met twee handen
 - b) Je eetstokjes rechtop in je eten zetten
 - c) Je schoenen uitdoen voordat je iemands huis binnengaat
- 2) **Welke kleur moet je niet dragen in Brazilië?**
 - a) Rood
 - b) Paars
 - c) Geel
- 3) **Wat eten vegetarische hindoes in India meestal niet?**
 - a) Vlees, vis, zeevruchten, eieren en zuivelproducten
 - b) Vlees, vis, zeevruchten
 - c) Vlees, vis, zeevruchten en eieren
- 4) **In welk land wordt het getal 4 als ongeluksgetal beschouwd?**
 - a) China
 - b) Mexico
 - c) Iran
- 5) **In welk land betekent op en neer knikken 'nee' in plaats van 'ja'?**
 - a) Thailand
 - b) Rusland
 - c) Bulgarije
- 6) **Wat is niet een van de vijf pijlers van de islamitische religie?**
 - a) Puja
 - b) Ramadan
 - c) Haj

Antwoorden:

1 b - Het wordt als zeer onbeleefd beschouwd om eetstokjes verticaal in je eten te plaatsen omdat het een offer aan de doden symboliseert.

2 b - Paars wordt samen met zwart geassocieerd met rouw en wordt als ongelukkig beschouwd om te dragen tenzij je een begrafenis bijwoont.

3 c - 'Puur' vegetarisme in het hindoeïsme houdt in dat je geen eieren eet, maar zuivel is wel toegestaan.

4 a - De uitspraak van het getal vier in China lijkt erg op die van het woord voor dood. In hotels zul je merken dat er vaak geen kamer 4 is, en liften stoppen soms niet op niveau 4.

5 c - Er zijn een aantal theorieën, maar niemand weet precies waarom in Bulgarije op en neer knikken met het hoofd 'nee' betekent en het hoofd heen en weer schudden 'ja'. **6 a** - Een Puja is een Hindoeïstisch ritueel dat vaak wordt uitgevoerd in India.

7 b - Klok - In China klinkt het woord voor klok hetzelfde als 'het einde' en wordt het geassocieerd met het verstrijken van de tijd en de dood.

8 a - Rosj Hasjana is het Joodse Nieuwjaar en vindt meestal plaats in september of oktober volgens de maankalender.

9 b - Etnocentrisme is de manier waarop we onze eigen cultuur als centraal in de werkelijkheid zien en andere culturen als inferieur of abnormaal beoordelen.

10c -Humor kan een nuttig hulpmiddel zijn, zolang je het op de juiste manier gebruikt en geen cultureel ongevoelige grappen maakt.

Quiz 2 - Interculturele communicatie Bron: Quizizz <https://quizizz.com/admin/quiz/5ee21dc30ce084001ba71658/cross-cultural-communication>

1) Cross culturele communicatie betekent

- a) De daad van het gevoel van bewondering voor iemand
- b) Gedrag dat laat zien dat je iemand of iets respecteert
- c) De communicatie tussen verschillende groepen van cultuur en taal iets gesproken, niet geschreven

2) Cross culturele communicatie...

- a) Kan ons helpen om alleen de mensen uit ons land te begrijpen.
- b) Kan ons helpen de verschillen te begrijpen die mensen van andere culturen scheiden.
- c) Kan ons niet erg helpen.
- d) Kan cultuurschokken niet vermijden.

3) In India betekent het schudden van het hoofd naar links en rechts...

- a) Ja
- b) Geen
- c) Misschien
- d) Geen van hen

4) In Brazilië betekent het tonen van de omhoog gehouden duim dat alles "OK" is en in Frankrijk betekent het...

- a) Ja
- b) Ok
- c) Nummer "één"
- d) geen

5) In een gesprek met een Indiase collega is het over het algemeen ongepast om te vragen naar zijn of haar:

- a) Leeftijd
- b) Home Regio
- c) Burgerlijke staat of plannen
- d) Geen van hen

6) Wat wordt beschouwd als een maatstaf voor iemands geloofwaardigheid in Japan?

- a) Zelfvertrouwen
- b) Goede carácter
- c) Verbale communicatievaardigheden
- d) Alle bovenstaande

- 7) **Wat is over het algemeen de beste manier om een belangrijke beslissing op de Filippijnen te beïnvloeden?**
- a) Door entertainment en geschenken
 - b) Overtuig het management op hoog niveau om een besluit van bovenaf te krijgen
 - c) Zorg voor consensus op lagere niveaus en verkrijg overeenstemming van onderaf
 - d) Geen van allen.
- 8) **In India betekent het hoofd van links naar rechts kantelen:**
- a) Ik wil graag iets zeggen
 - b) Geen
 - c) Haast je
 - d) Ik luister
- 9) **In een cultuur met een hoge context wordt van mensen verwacht dat ze direct, duidelijk en expliciet zijn in hun communicatie met anderen.**
- a) Echt
 - b) Valse
- 10) **Als we in contact komen met mensen uit verschillende culturen, ervaren we soms psychologisch ongemak dat bekend staat als**
- a) Cultuurschok
 - b) Psychologisch
 - c) Cultuur van fobie
 - d) Geen van hen

Antwoorden: 1c-2a-3a-4c-5d-6b-7b-8d-9b -10a

Bijlage - Vragen - workshop bewustwording van jongeren voor interculturele communicatie

- Wie komt er uit een ander land?
- Wie spreekt er meer dan één taal?
- Wie heeft er wel eens een botbreuk gehad?
- Wie is een alleenstaand kind?
- Wie heeft er broers en zussen?
- Wie heeft zijn land moeten verlaten vanwege een conflict?
- Wie heeft er in het ziekenhuis gelegen?
- Wie heeft kunst/wetenschappen gestudeerd?
- Wie heeft er dit jaar meer dan 10 boeken gelezen?
- Wie heeft er tatoeages?
- Wie is de grappigste/verantwoordelijkste van de vriendengroep?
- Wie wordt er graag vroeg/laat wakker?
- Wie houdt er van manga/fantasy/sci-fi/sitcoms?



Bijlage - Quiz over gelijkheid en diversiteit

Bron: Quizizz <https://quizizz.com/admin/quiz/5ccc0169475bf4001d21b3d2/equality-and-diversity>

- 1) **Waarden, overtuigingen, ideeën en eigenschappen die van generatie op generatie worden doorgegeven:**
 - a) Cultuur
 - b) Assimilatie
 - c) Douane
 - d) Etniciteit
- 2) **Het proces waarbij wordt aangenomen dat iedereen in dezelfde etnische, raciale of culturele groep zich hetzelfde gedraagt, dezelfde overtuigingen of houdingen heeft: een bepaalde groep is hetzelfde:**
 - a) Etniciteit
 - b) Etnocentrisch
 - c) Vooroordelen
 - d) stereotypering
- 3) **Met betrekking tot culturele diversiteit moeten gezondheidswerkers leren om:**
 - a) eerlijk
 - b) harde werkers
 - c) tolerant
 - d) professioneel
- 4) **Wat is diversiteit?**
 - a) Liefde
 - b) Variatie
 - c) Haat
 - d) geduld
- 5) **Is de definitie van diversiteit?**
 - a) Geluk is divers zijn.
 - b) De staat van divers zijn; verscheidenheid.
 - c) De staat van gelukkig zijn.
 - d) Er is geen definitie van diversiteit.
- 6) **Het begrip dat verschillende mensen verschillende geloofsovertuigingen en gewoonten hebben is.**
 - a) Taal
 - b) Cultuur
 - c) Geloof
 - d) aangepaste
- 7) **Wat is geen beschermd kenmerk?**
 - a) Leeftijd
 - b) Zwangerschap
 - c) Haarkleur
 - d) gezondheid

8) Wat is vooroordelen?

- a) Iemand beoordelen op basis van een bevooroordeelde mening.
- b) Iemand beoordelen naar je eigen maatstaven.

9) Werkgevers mogen je minder betalen dan je collega's als je een handicap hebt, omdat ze aanpassingen voor je moeten doen op het werk.

- a) Echt
- b) Valse

10) Gelijkheid en diversiteit op de werkplek betekent...

- a) vrij zijn van discriminatie, iedereen gelijke kansen bieden en goede werkrelaties aanmoedigen.
- b) iedereen gelijk behandelen ondanks verschillen in uiterlijk, vaardigheden en overtuigingen.

11) Oneerlijke behandeling van een persoon of groep in verband met de negen beschermde kenmerken heet

- a) vooroordeel
- b) stereotype
- c) discriminatie
- d) bias

12) Wat is inclusie?

- a) Waar mensen samenkomen om aan hetzelfde doel te werken
- b) Iedereen in de gemeenschap moet het gevoel hebben dat ze een rol spelen
- c) Op iemand vertrouwen

Antwoorden 1-a 2- d 3- c 4-b 5-b 6-b 7-c 8-a 9-b 10-a 11-c 12-b

Bijlage - Bingosjabloon

Schoenmaat:	Favoriete kleur:	Favoriete sport:	Grootste angst:	Woonplaats:
Ik:	Ik:	Ik:	Ik:	Ik:
Naam:	Naam:	Naam:	Naam:	Naam:

Best vaardigheid:	Verborgen talent:	Favoriete film/tv series:	Favoriete winkel:	Taal:
Ik:	Ik:	Ik:	Ik:	Ik:
Naam:	Naam:	Naam:	Naam:	Naam:

Ideale baan:	Studies:	Favoriete hobby:	Nationaliteit:	Social media (ja/nee):
Ik:	Ik:	Ik:	Ik:	Ik:
Naam:	Naam:	Naam:	Naam:	Naam: