

HAAS OF SCHILDPAD?



WERKEN AAN INTERCULTURALITEIT IN JE (ERFGOED)ORGANISATIE



HAAS OF
SCHILDPAD?



Colofon

Deze brochure ontstond op initiatief en met de bijdragen van de museumconsulenten van de provincies Antwerpen, Limburg, Oost-Vlaanderen, Vlaams-Brabant, West-Vlaanderen en de Vlaamse Gemeenschapscommissie en van de medewerkers van FARO.

Met bijzondere dank aan alle deelnemende leden en sprekers aan de provinciale seminaries Cultureel erfgoed en culturele diversiteit (2006-2007), Dienst Welzijn en Gezondheid (Team Kansen-Minderhedenbeleid) Provincie Antwerpen, Provinciaal Integratiecentrum (PRIC) Limburg, Dienst Maatschappelijke Participatie (Team Insluiting en Diversiteit) Provincie Oost-Vlaanderen, Provinciaal Integratiecentrum (PRIC) Vlaams-Brabant, deSOM vzw Provincie West-Vlaanderen, Provinciaal Noord-Zuid Centrum Roeselare en het Minderhedenforum voor alle suggesties.

Coördinatie: Katrijn D'hamers en Hildegarde Van Genechten

Eindredactie: Birgit Geudens

Vormgeving en drukwerk: Leën, Hasselt, België

Cartoons: Jan De Graeve (Cartojoan) / Provincie Oost-Vlaanderen

Uitgave: december 2008

Verantwoordelijke uitgever: FARO. Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed vzw, Marc Jacobs en Bert Schreurs, Priemstraat 51, B-1000 Brussel.

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke wijze ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Inhoudstafel

Colofon	p. 2
Inhoudstafel	p. 3
1. Haas of schildpad? Inleiding	p. 5
2. Interculturaliteit: omgaan met dynamische identiteiten	p. 9
3. Diversiteit in de (erfgoed)praktijk	p. 13
3.1. Organisatiebeleid	p. 13
Organisatiecultuur	
Draagvlak	
Samenstelling team	
Op de werkvloer	
CHECKLIST: Hoe divers is je organisatie?	
3.2. (Samen)werken met een divers publiek	p. 24
Partnerschappen met zelforganisaties	
Partnerschappen met de integratiesector	
Samenwerken met de buurt	
Win-winsituatie voor alle partners	
3.3. Communiceren met een divers publiek	p. 30
Meer dan talig zijn	
Mondelinge communicatie	
Schriftelijke en audiovisuele communicatie	
Het juiste kanaal	
CHECKLIST: Omgaan en communiceren met een divers publiek	
3.4. Diversiteit in de collectie	p. 37
Interculturele linkers in collectie en presentatie	
Aanvullend materiaal	
Gevoelig materiaal	
3.5. Omkadering van het aanbod	p. 40
CHECKLIST: Collectiebeleid en omkadering	
4. Bronnen	p. 45
4.1. Demografische kaarten	p. 45
4.2. Netwerkkarten	p. 47
10 gouden regels	p. 54
Geraadpleegde literatuur	p. 55



1.

Haas of schildpad? Inleiding

De haas moest altijd lachen wanneer hij de schildpad zag lopen, want het ging zo langzaam. “Ik begrijp niet waarom jij op weg gaat,” zei hij pesterig. “Als jij eindelijk aankomt, is het altijd te laat en alles is al lang voorbij.” De schildpad lachte een beetje. “Vlug ben ik niet,” zei hij, “maar toch durf ik te wedden dat ik eerder aan de overkant van dit veld ben dan jij. Zullen we een wedstrijd houden? Dan kun je het zien.”

“Goed!”, riep de haas en meteen ging hij ervandoor, zo snel als hij kon. De schildpad ging heel rustig op weg. De haas was zo zeker van zijn overwinning dat hij halverwege in de schaduw ging liggen en een hazenslaapje deed. De schildpad kroop gestaag voort onder de warme zon. Wat de haas niet wist, was dat de schildpad had afgesproken met zijn vrienden om elkaar onderweg af te lossen. De schildpad beseftte dat een snel succes niet haalbaar was en dat hij samenwerking moest zoeken, anders dan de haas die dacht het op zijn eentje te klaren.

Pas na lange tijd werd de haas wakker. Hij keek eens rond: geen schildpad te bekennen. Als een pijl uit een boog schoot hij weg, door het korte gras, door het koren, over sloten, langs struiken. Bij de laatste bocht bleef hij even staan om te zien waar de eindstreep lag. Daar! En nog geen halve meter ervoor kroop de schildpad langzaam maar zeker de eindmeet over. “Zie je nou wel,” zei de schildpad, “als je samenwerkt, kom je er wel”. Maar de haas had geen adem meer om te kunnen antwoorden.

(Vrij naar Jean de La Fontaine, Fables choisies)

De schildpad komt zeer regelmatig voor in fabels uit de hele wereld. In vele gevallen speelt hij de zorgzame underdog, maar evenzeer wordt hij ook als een listig wezen opgevoerd.

Dit verhaal schetst op een ludieke manier waar werken aan interculturaliteit eigenlijk op neerkomt. De bereidheid om van denkkader te veranderen om te kunnen

vernieuwen en de meerwaarde van samenwerken zijn doorslaggevend. Mocht de haas in dit verhaal van denkkader zijn veranderd, dan had hij wellicht de mogelijkheden gezien.

Interculturaliteit in je organisatie beschouwen we als een opportuniteit om de diversiteit of verscheidenheid, die een samenleving rijk is, als een troef uit te spelen. Vanuit de ontmoeting en dialoog van mensen met verschillende culturele achtergronden ontstaan vaak niet alleen nieuwe ideeën; interculturaliteit in je organisatie biedt ook volop de mogelijkheid om inclusief te werken. Als culturele organisatie wil je immers openstaan voor iedereen.

Dit boekje wil in enkele delen een overzicht bieden van mogelijkheden om denken en werken omtrent interculturaliteit in de (erfgoed)praktijk te brengen. Eerst wordt een denkkader geschetst dat stimuleert tot het ontwikkelen van een visie op diversiteit. Vervolgens wordt in detail ingegaan op thema's als organisatiebeleid, (samen)werking met een divers publiek, communicatie en collectie en presentatie. Bij ieder onderdeel zorgen tips telkens voor concrete voorbeelden en inspiratie. Wie de eigen werking wil aftoetsen, vindt bij verscheidene onderdelen afsluitend ook een checklist terug. Tot slot biedt deze brochure informatie over het omgaan met demografische gegevens en verwijst het via een netwerkkaart door naar mogelijke partners per provincie.

Lezers ontdekken hier geen standaardroute voor een interculturaliseringsproces, wel verschillende mogelijkheden om zelf een route uit te stippelen. Het is aan organisaties zelf om naargelang de eigen specifieke context een boeiende tocht te ondernemen.

Het boekje leest als een tocht in het ontdekken van diversiteit. Hoewel het begrip interculturaliteit vaak meer op het voorplan staat, nodigen de onderdelen ook uit tot het ontdekken van diversiteit vanuit zijn brede verscheidenheid. De werkwijze die in dit boekje beschreven staat, leent zich dan ook tot de uitbreiding naar andere vormen van vernieuwing: verjonging, vervrouwelijking, ouderen, enz.

Diversiteit? Interculturaliteit?

Meer verduidelijking bij termen en begrippen rond interculturaliteit vind je in het 'ABC Interculturaliseren' van het Kennisknooppunt Interculturaliseren, zie www.interculturaliseren.be.

Wie na het doornemen van dit boekje nog verder te rade wil, kan dit doen bij de provinciale museumconsulenten en bij de medewerkers van FARO. Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed vzw.

Contactgegevens:

De adres- en contactgegevens van de provinciale museumconsulenten vind je terug via www.faronet.be/dossier/provinciale-museumconsulenten.

De gegevens van alle medewerkers van FARO vind je eveneens terug via de website van FARO, zie www.faronet.be.

DE INTERCULTURELE
RELATIE BIJ UITSTEK
IS NATUURLIJK DE
RELATIE TUSSEN



MAN EN
VROUW.





2.

Interculturaliteit: omgaan met dynamische identiteiten

Wie graag wil werken met en voor 'etnisch-culturele minderheden', doet dit wellicht met de beste bedoelingen. Mensen enkel benaderen op hun etnisch-culturele achtergrond doet hen echter onvoldoende eer aan. Net zomin als je personen kan reduceren tot een enkel aspect zoals vrouw-zijn, oudere-zijn, beoefenaar van een bepaalde hobby of religie. Een criterium kan wel een vehikel zijn om kansen te creëren voor mensen, die omwille hiervan worden uitgesloten van culturele participatie. Om kansen te optimaliseren, raden we echter aan om mensen aan te spreken op hun identiteit, die uit verschillende facetten bestaat.

Identiteit is een complex begrip. Je kunt niet spreken over identiteit zonder het over de verscheidenheid van identiteit te hebben. Identiteit heeft te maken met een veelheid aan mogelijke invalshoeken, zichtbaar of onzichtbaar, bewust of onbewust: talen, geslacht en seksuele voorkeur, fysieke mogelijkheden, etnisch-culturele achtergrond of affiniteit, sociale achtergrond, geloofsovertuiging of levensfilosofie, familiale samenstelling, hobby's, ... Aangeboren en overgeleverde kenmerken vormen slechts een stukje van iemands identiteit.

Een dynamische identiteit betekent niet dat je verschillende identiteiten hebt, waaruit je naargelang de situatie eentje uitkiest, maar wel dat je beschikt over een identiteit die samengesteld is uit de elementen die haar hebben gevormd en haar nog steeds vormen. Iedereen behoort tot een veelheid van gemeenschappen en ieders identiteit is samengesteld uit een hele waaier aan elementen die verder gaat dan wat op de identiteitskaart staat. Je kan zowel Belg als Turk zijn, maar als Turk toch ook verschillen van de inwoners van Turkije. En vaak heb je meer gemeenschappelijk met een Brusselaar met Marokkaanse achtergrond dan met een naast familielid.

Een verenging van identiteit tot huidskleur of afkomst doet geen recht aan een persoon. Het is zeer moeilijk om een typische eigenschap af te bakenen die alle Vlamingen, Soedanezen of Grieken onderscheidt. Mensen delen wel een aantal universele aspecten (verbod op moord, incest, ...), of refereren ook aan het lidmaatschap van groepen (vrouwen, Marokkaanse achtergrond, werkenden, ...). Maar tegelijk doet zich binnen groepen ook variatie voor in gedrag en waarden. Menselijk gedrag is niet enkel cultuurbepaald,

ook ecologische, sociaal-economische, psychologische en genetische factoren spelen een rol.

Door een persoon of groep vast te pinnen op herkomst doen we alsof identiteit en origine hetzelfde zijn, en zien we niet in dat iemands identiteit een unieke cocktail van elementen is, die voor ieder anders is en die ook voortdurend evolueert. Wanneer een element van een identiteit zodanig wordt benadrukt zodat andere elementen ondergeschikt of verwaarloosd worden, houdt dit het gevaar in dat mensen geen overeenkomsten meer kunnen vinden en zich opsluiten in het verschil. Ervaringen wijzen nochtans uit dat wanneer organisaties uit verschillende sectoren samen iets willen ondernemen, ze meer kansen op slagen hebben wanneer ze gemeenschappelijke elementen of belangen als vertrekpunten nemen.

Opdat een samenleving zich vreedzaam zou kunnen ontwikkelen, is het van belang dat iedereen zijn identiteit kan ontplooien en dat mensen hun dubbele verwantschap kunnen beleven zonder zich verscheurd of onderdrukt te voelen om een stuk identiteit te moeten verliezen. Dit is een proces van wederzijds respect: iedereen is binnen de eigen samenleving een nomade, op zoek naar het beleven van en de erkenning van een steeds evoluerende identiteit. Net als bij erfgoed het geval is, weegt men constant af wat men uit het verleden als betekenisvol wil meenemen, wat voor de toekomst relevant is en wat in een nieuw daglicht wordt geïnterpreteerd. Leren omgaan met dynamische identiteiten is geen eenvoudige taak. Het vraagt om niet te vervallen in clichébeelden, om het zoeken naar gemeenschappelijke belangen, om het bespreekbaar maken van verschillen en om de bereidheid de eigen verworvenheden in vraag te durven stellen.

Organisaties kunnen alvast enkele aandachtspunten ter harte nemen. Ten eerste is het belangrijk om diversiteit bespreekbaar te maken. Waarden en interpretaties kunnen verschillen, maar je kunt mekaar toch begrijpen, of ten minste respecteren dat er verschillende opvattingen zijn voor het omgaan met een situatie.

Ten tweede waarderen mensen dat ze hun identiteit kunnen beleven zonder gevoel van verlies of beperking. Objecten en rituelen vervullen hier een symbolisch belangrijke functie. Vooral muziek, dans, kledij en voeding zijn belangrijke uitdrukkingsmiddelen. Op deze manier voelen mensen zich verbonden met hun verleden. Wie zich van zijn verleden of wortels afgesneden voelt, is overal ontheemd en vervreemd.

Ten slotte begint de zoektocht vaak met het zoeken naar gemeenschappelijke belangen. Ook al liggen de behoeften of verwachtingen van personen en organisaties anders, toch kunnen door het zoeken naar een gezamenlijke agenda verschillen worden overbrugd.

Etnisch-culturele minderheden:

Het begrip is een verzamelnaam voor vele doelgroepen: 'allochtonen', nieuwkomers, vluchtelingen, mensen zonder papieren, woonwagenbewoners, ... De term omvat een grote verscheidenheid aan groepen en mensen. Wil je weten wie doorgaans met deze begrippen wordt bedoeld? Via de website van het Vlaams Minderhedencentrum vind je meer info, zie www.vmc.be.





3.

Diversiteit in de (erfgoed)praktijk

In wezen streven we allemaal – ei zo na – hetzelfde doel na, namelijk zoveel mogelijk mensen de kans te geven om betrokken te zijn bij alles wat zich afspeelt op het terrein van het cultureel erfgoed. Maar hoe kunnen we in de praktijk realiseren dat mensen ongeacht hun achtergrond, taal, leeftijd, ... volop kunnen kennismaken met het erfgoed en er van kunnen genieten? Dat iedereen van het erfgoed kan leren? Of dat iedereen er aan kan meewerken? Hoe zorgen we er met andere woorden voor dat iedereen mee deel kan uitmaken van het verhaal dat we vertellen?

Het antwoord schuilt in een erfgoedpraktijk en -werking die oog heeft voor diversiteit op zowel het terrein van de organisatie (organisatiebeleid, -cultuur, personeel), het publiek (samenwerking, communicatie) als het aanbod (collectie, presentatie, omkadering). Deze brochure wil dan ook nuttige tips aanreiken op al deze domeinen en de hoofdstukken zijn daarom op gelijkaardige manier ingedeeld. De onderdelen worden echter best in hun samenhang gelezen. Want een eerste actie ondernemen op het ene terrein is een goede start, maar om gans de organisatie te laten doordringen van je visie op diversiteit en interculturaliteit is een groter engagement nodig op meerdere vlakken.

3.1. ORGANISATIEBELEID

Werken rond diversiteit en interculturaliteit vraagt een investering van tijd, middelen en mensen. Vaak kan een (pilot)project wel een opstap zijn in een verder traject, net omdat het de mogelijkheid biedt om grenzen wat af te tasten en de horizon te verruimen. Toch pleiten we ervoor om zoveel mogelijk de integrale weg te kiezen en diversiteit door alle geledingen van de organisatie te laten stromen. Die visie weerspiegelt zich dan in een organisatiecultuur waarbij alle medewerkers worden betrokken.

Organisatiecultuur

Sta je als organisatie helemaal open voor diversiteit? Zorg dan dat alle medewerkers dit uitstralen en beperk het niet tot louter de verantwoordelijkheid van één enkele medewerker. Een organisatiecultuur die diversiteit in de gelederen draagt, vraagt om een aangepast beleid op vlak van medewerkers en raden van bestuur, maar evenzeer op vlak van de 'arbeidscultuur'. Diversiteit is niet beperkt tot het in dienst nemen van

mensen met een diverse etnisch-culturele achtergrond, maar is van toepassing op de ganze organisatie. Je moet de diversiteit, elke medewerker met zijn of haar unieke competenties, efficiënt inzetten voor meer creativiteit en innovatie. Een medewerker met een etnisch-cultureel diverse achtergrond geef je daarom ook niet noodzakelijk de verantwoordelijkheid tot interculturaliseren, maar je bekijkt welke talenten deze persoon in de schaal kan leggen.

Tips voor diversiteit in je organisatiecultuur:

- Neem een eerste stap: zorg dat je weet wat interculturaliteit voor je organisatie kan betekenen en dat voorzitter en leidinggevendens zich achter dit streven scharen. Spreek erover tijdens vergaderingen en neem het op in verslagen en plannen.
- Zorg dat diversiteit uit de organisatie straalt door het als aandachtspunt op te nemen in de missie, het beleidsplan en jaarplan.
- Communiceer over je diversiteitsbeleid aan de buitenwereld op verschillende momenten en via verschillende kanalen (in je tijdschrift, bij je nieuwjaarsreceptie, op overlegfora, ...). Informeer dat je als organisatie wil inspelen op een veranderende samenleving. Doe dit niet enkel aan je traditionele achterban, maar communiceer veel ruimer: aan verschillende groepen. Neem diversiteit daarom op in je communicatieplan en maak het zichtbaar voor je omgeving. Besteed daarbij zorg aan diversiteit in teksten en afbeeldingen op je website en in andere communicatiemiddelen.
- Voorzie dat een gedeelte van het budget specifiek aan interculturele activiteiten kan worden besteed. Maar vergeet daarbij niet dat interculturaliteit van belang is bij alle activiteiten.
- Zorg dat medewerkers de kans krijgen zich bij te scholen om hun eigen expertises te ontwikkelen en om kwaliteiten te verwerven omtrent omgaan met diversiteit.
- Geef medewerkers de kans een interculturele activiteit te plannen en uit te voeren.
- Abonneer je op nieuwsbrieven van organisaties die met kansengroepen werken, zodat je de vinger aan de pols kunt houden.

Achtergrondinformatie en opleidingen:

Via de website van het Kennisknooppunt Interculturaliseren vind je allerlei informatie over het thema interculturaliteit en meer specifiek ook over opleidingen omtrent interculturaliseringsprocessen, zie www.interculturaliseren.be.

Draagvlak

Alle betrokkenen van een organisatie, niet enkel een voorzitter of een voortrekker, maar ook andere personeelsleden, bestuursleden of vrijwilligers moeten meegenomen worden in de visie. Als dit niet het geval is, raken medewerkers gefrustreerd of stapelen ergernissen zich op. Het is belangrijk dat diversiteit ernstig wordt genomen en niet fragmentarisch aan bod komt omdat het niet tot de kerntaken zou behoren. Het gaat ook niet om symbolisch een of twee keer per jaar een actie te organiseren omdat dit nu eenmaal wordt verwacht van beleidswege. Diversiteit moet door de organisatie ademen als een levenshouding. Uiteraard betekent dit ook een engagement op menselijk en op financieel vlak, wat niet van vandaag op morgen wordt gerealiseerd. Het proces en realistische verwachtingen en acties zijn des te belangrijker.

Het is hoe dan ook van belang dat alle medewerkers zich inschrijven in de visie van de organisatie omtrent diversiteit en dat ze zelf ook de nodige begeleiding kunnen krijgen om kennis of ervaring te vergaren.

Tips voor een draagvlak binnen de organisatie:

- Richt een interne werkgroep op die aanbevelingen en concrete acties kan voorstellen.
- Laat een personeelslid een nieuweling begeleiden. Maak hem of haar meter/peter van de nieuwe medewerker.
- Bespreek acties met de medewerkers zodat ze ruim gedragen worden binnen de organisatie. Maak alle medewerkers betrokken en verantwoordelijk.

Samenstelling team

Als je op zoek gaat naar een nieuwe medewerker voor de personeelsploeg zijn er enkele aandachtspunten in acht te nemen die we hieronder beschrijven. Vooral wanneer je potentiële kandidaten met diverse achtergronden wil aantrekken en je organisatie op die manier een werkelijke weerspiegeling van de samenleving kan zijn.

Het heeft niet steeds evenveel zin om een medewerker aan te trekken met een diverse etnisch-culturele achtergrond om hem of haar specifiek verantwoordelijk te maken voor de diversiteitswerking. Wanneer je dit toch doet, doe je dit in de eerste plaats omwille van de competenties van die persoon. In andere gevallen kan het een meerwaarde zijn dat deze medewerker al ervaring heeft in interculturaliteit en zich in een netwerk heeft ingewerkt. Zulke mensen kunnen verbindingen leggen tussen organisaties en voelen zich als een vis in het water bij samenwerking. Vaak is de meertaligheid van deze personen ook een sterke troef voor de organisatie.

Diversiteitsplan:

Met de ondersteuning van het Departement Werk en Sociale Economie van de Vlaamse overheid kun je een diversiteitsplan ontwikkelen. Een diversiteitsplan is gericht op het in dienst nemen en houden van werknemers die kwetsbaar zijn op de arbeidsmarkt (etnisch-culturele minderheden, oudere werknemers, arbeidsgehandicapten, laaggeschoolden). Zo krijg je de kans om maatregelen en acties in verband met diversiteit uit te werken. Deze kunnen bestaan uit acties met betrekking tot het selectie- en wervingsbeleid, het onthaalbeleid, coaching en begeleiding van mensen uit kansengroepen, acties gericht op interculturalisering van vrijwilligers. Medewerkers van de diverse RESOC's (Regionaal Sociaaleconomisch Overlegcomité) bieden ondersteuning bij het opmaken en het opvolgen van een dergelijk diversiteitsplan op maat van je organisatie. Meer informatie is beschikbaar op de website van het Departement Werk en Sociale Economie, zie www.werk.be/wg/diversiteitsplannen.

Bij het aanwerven van personeelsleden baseren de meeste organisaties zich op diploma en ervaring als criteria. Maar een diploma en anciënniteit hoeven niet steeds doorslaggevend te zijn. Je kunt ook rekening houden met elders verworven competenties, talenkennis, ervaring met netwerken, enz. Verder blijken heel wat buitenlandse diploma's in België moeilijk vertaalbaar of ongeldig, ook al hebben deze personen toch veel talent. Durf daarom bestaande profielen en selectieprocedures kritisch door te lichten. Vaak zijn organisaties afhankelijk van lokale of regionale overheden, waardoor bepaalde procedures bij de aanwerving moeten worden gevolgd. Sensibilisering omtrent diversiteit en aanwervingen zal daarom niet enkel binnen de organisatie maar ook in haar omgeving moeten gebeuren.

Tips voor aanwervingen en stages:

- Zet bij het opstellen van een vacature positieve kenmerken in de verf: doorgroei-mogelijkheden, voordelen, diversiteitsbeleid.
- Vermeld in vacatures dat de organisatie een diversiteitsbeleid nastreeft.
- Om je vacature te verspreiden, ga je best buiten de geijkte kanalen van websites en kranten. Gebruik de kanalen van zelforganisaties, plaats je vacature bij Jobkanaal (zie hieronder), leg persoonlijke contacten, schakel sleutelfiguren in, ...
- Buiten het aantrekken van medewerkers via een vacature, kun je ook alternatieve stappen ondernemen om mensen aan te trekken via bijvoorbeeld stages en vrijwilligerswerk.
- Informeer naar mogelijkheden bij hogescholen en universiteiten om stagiairs tijdelijk aan het werk te stellen. Bijvoorbeeld studenten vertaler-tolk, sociaal-cultureel werk, geschiedenis enz. Ook taalopleidingen Nederlands voor anders-taligen moedigen studenten soms aan om stage te lopen. Waarom niet in jouw

organisatie?

- > Neem het respecteren van non-discriminatie en de voorziene sancties op in het arbeidsreglement.
- > Zorg voor een goede begeleiding van nieuwe medewerkers. Koppel hen aan een ervaren medewerker voor begeleiding.

Jobkanaal:

Jobkanaal zoekt samen met jouw organisatie naar geschikte en gemotiveerde kandidaten. Daarvoor worden arbeidsbemiddelaars ingeschakeld, die je vacature onder de aandacht brengen van diverse groepen: vijftigplussers, etnisch-culturele minderheden en mensen met een arbeidshandicap, zie www.jobkanaal.be.

Vacaturewerking:

Organisaties die eveneens vacatures communiceren naar etnisch-culturele minderheden zijn onder andere het Minderhedenforum, zie www.minderhedenforum.be en Kif Kif, zie www.kifkif.be.

Smoezenboek:

Er zijn allerhande smoezen in omloop die organisaties beletten om meer interculturaliteit in het medewerkersbestand te brengen. Pertinente antwoorden op deze veelgehoorde uitvluchten vind je echter in het 'Smoezenboek' van Netwerk CS dat beschikbaar is op de website van het Kennisknooppunt Interculturaliseren, zie www.interculturaliseren.be.

Diversiteit op het werk in de praktijk:

Het departement Werk en Sociale Economie onderneemt een aantal stimuleringsmaatregelen voor het voeren van een diversiteitsbeleid in bedrijven, organisaties en lokale besturen. Men kan daardoor gebruikmaken van een aantal handige instrumenten of een beroep doen op interessante diensten, zie www.werk.be/beleid/div/praktijk/toolbox.

Meer personeels- of bestuursleden of andere vrijwilligers met een diverse achtergrond geven ook meer vernieuwende ideeën. Zorg ervoor dat in de raad van bestuur de leden openstaan voor diversiteit en dat ze de nieuwe bestuursleden ondersteunen. Verandering van een raad van bestuur brengt wel eens wrevel teweeg: men wil geen inbreuk op vertrouwde patronen. Nochtans kunnen nieuwelingen een frisse wind doen waaien zonder dat mensen het gevoel krijgen een stap opzij te moeten doen.

Mensen in je raad van bestuur met een diverse achtergrond vormen hoe dan ook een

meerwaarde. Zij zien zaken vaak vanuit een ander licht of stellen zaken in vraag die anderen als evident beschouwen. Een veel gehanteerd argument voor het niet interculturaliseren van een bestuursraad is dat nieuwe bestuursvrijwilligers zo moeilijk te vinden zijn. En de vraag naar bestuursleden met een diverse achtergrond lijkt hoger dan het aanbod: meer organisaties vragen om bestuurders met een diverse achtergrond dan dat er kandidaten zijn. Men zoekt vaak enkel in de eigen (erfgoed)sector terwijl door samenwerkingsverbanden met andere sectoren toch mensen betrokken kunnen worden, al vraagt dit meestal een langetermijnaanpak. Leer daarom eveneens netwerken en andere organisaties kennen. Vraag aan zittende bestuursleden of zij iemand uit hun netwerk willen voordragen. Of informeer bij andere organisaties hoe zij hebben gezocht.

Niet alles hoeft (of kan) echter meteen vanaf het eerste moment te worden gerealiseerd. Je kunt de stap om bestuursleden met een diverse achtergrond te betrekken bijvoorbeeld ook koppelen aan de voortgang van een samenwerkingsproject met een organisatie. Misschien treden zo wel interessante vrijwilligers op de voorgrond, die een duidelijke meerwaarde voor je organisatie vormen en die zich op langere termijn willen en kunnen engageren.

Tips voor het interculturaliseren van de raad van bestuur:

- Neem contact op met een organisatie waar diversiteit in de personeelsploeg of raad van bestuur al is verwezenlijkt en informeer naar de ervaringen.
- Neem het diversiteitsbeleid op in de missie zodat potentiële bestuursleden zich gesteerd voelen.
- Zoek niet naar één, maar naar meerdere personen. Dit heeft een grotere impact op de organisatie.
- Zorg dat nieuwe leden goed worden voorbereid: wat houdt het besturen in, wat houdt het vergaderen precies in, hoeveel tijd vraagt dit, ...?
- Zet oud-bestuurders in als mentoren van nieuwe bestuurders. Bereid hen goed voor op deze taak.
- Betrek oudgedienden op regelmatige tijdstippen: vraag hun advies bij belangrijke documenten, nodig hen uit op activiteiten, breng hen geregeld samen.
- Zoek via alternatieve kanalen naar kandidaten: via zittende bestuursleden, via een samenwerkingsproject, via de ervaringen van andere organisaties.
- Bied stageplaatsen ter kennismaking aan.

Iedereen kan zetelen:

Via de actie 'Iedereen kan zetelen' van het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media kun je als organisatie op zoek gaan naar geïnteresseerde kandidaten die willen deel uitmaken van jouw bestuursstructuur, zie www.iedereenkanzetelen.be.

Denk ook verder dan het diversifiëren van de raad van bestuur en personeelsploeg. Ook vrijwilligers, gidsen, leden van de vriendenvereniging, ... kunnen een meerwaarde aan het traject toevoegen.

Kleurrijke gidsen geven originele invalshoeken

Voor het gidsenproject 'Mijn stad' trok Antwerpen Averechts in 2007 mensen met een diverse etnisch-culturele achtergrond aan. Op enkele intensieve vormingsdagen werden de deelnemers klaargestoomd als gids, waarbij ze zich de stad ook eigen maakten. Als sluitstuk werd de deelnemers gevraagd een plekje in de oude stadskern toe te lichten waarmee ze een bijzondere binding hebben. Niet alleen werden zo verrassende plekken in de stad belicht, bovendien waren enkele deelnemers nu ook klaar om zelf als gids door de stad te trekken met groepen.

Op de werkvloer

Diversiteit in de medewerkersploeg kan voor spanning zorgen als medewerkers zich buitengesloten voelen. Voorzie daarom dat iedereen aan bod komt door ook aandacht te schenken aan toegankelijkheid, afspraken en maatregelen voor diverse groepen: vrouwen en mannen (deeltijds werken, telewerk, ...), arbeidshandicap (infrastructuur, aangepast materiaal, ...). Maak duidelijke afspraken over het werk en de organisatiecultuur, over verwachtingen op het vlak van pauzes tijdens het werk, verlofdagen bij bijzondere feesten, het dragen van religieus getinte symbolen of kledingvoorschriften, taalgebruik op de werkvloer en duur van vakantieperiodes.

Je hoeft niet zonnig het hele organisatiebeleid hieromtrent te veranderen of aan te passen. Het komt er wél op aan er over na te denken en afspraken te maken die voor iedereen duidelijk zijn.

Tips voor diversiteit op de werkvloer:

- Zorg dat nieuwelingen een coach krijgen die hen in de organisatiecultuur kan inwijden.
- Zorg dat er een vertrouwenspersoon is bij wie zorgen en klachten in eerste instantie terecht kunnen komen.
- Maak duidelijke werkafspraken. Zet belangrijke elementen in het arbeidsreglement.
- Treed onmiddellijk op bij discriminatie. Zwijg niet of kijk niet weg bij discriminerende uitspraken.
- Zorg dat medewerkers een opleiding of begeleiding kunnen krijgen omtrent diversiteit.

Diversiteit op de werkvloer

Het museum Kortrijk 1302 sloot zich aan bij een integratieproject van het OCMW, waarbij mensen van diverse achtergrond voor anderhalf jaar in het museum worden ingeschakeld. Dit werd in het museum opgevangen door met de museummedewerkers in teamverband te spreken over hoe ze met diversiteit en andere gewoonten kunnen omgaan. Op die manier kwam het team tot allerlei praktische afspraken. Dit alles gebeurde zeker niet expliciet maar eerder informeel. Zo werd er gesproken over religie (de ramadan werd vergeleken met andere vastenperiodes, ...), maar ook over taal, eet- en drinkgewoontes, enzovoort. Opvallend hierbij was dat iedereen in het team zeer enthousiast was over de nieuwe medewerker en zeer gemakkelijk omging met de culturele verschillen, terwijl men meer moeite had om om te gaan met kleine verschillen bij andere (autochtone) medewerkers. Omdat ook het omgaan met sociale verschillen, verschillen in opleiding, verschillen in fysieke conditie, verschillen in taalgebruik, verschillen in kennis van computer, ... deel uitmaken van omgaan met diversiteit, werd er ook aandacht besteed aan deze elementen.

Besteed bovendien zorg aan nazorg. Probeer daarom iedereen die je organisatie verlaat te polsen naar hun ervaringen. Hebben ze struikelblokken ondervonden? Waar hadden ze nood aan? Neem de moeite je eigen (diversiteits)beleid en -strategie te evalueren om er vervolgens van te leren.



CHECKLIST: HOE DIVERS IS JE ORGANISATIE?

Check je management en organisatiecultuur:

- onze organisatie kan formuleren wat ze onder (culturele) diversiteit verstaat
- (culturele) diversiteit komt aan bod in onze missie en/of visie: we maken daarbij van aandacht voor diversiteit een prioriteit, en dit wordt ook zo gecommuniceerd naar de buitenwereld
- iedereen in onze organisatie (en diegenen die onze organisatie vertegenwoordigen) steunt deze missie en/of visie:
 - het bestuur en/of de leidinggevende(n) van onze organisatie
 - alle medewerkers
 - alle vrijwilligers
 - eventuele vrienden van de organisatie/vereniging
- dit vertaalt zich in strategische keuzes op langere termijn
- en in (meetbare) doelstellingen en acties op korte tot middellange termijn
- aandacht voor diversiteit behoort tot de taakomschrijving van iedere medewerker
- er worden voldoende personeel en middelen voorzien om van diversiteit een prioriteit te maken
 - we kunnen eigen financiële middelen aanwenden
 - we gaan op zoek naar extra financiële middelen
 - medewerkers kunnen hiervoor ruimte creëren in het takenpakket/de tijdsbesteding
 - medewerkers kunnen zich hierin verder bijscholen/verdiepen
- ons personeelsbeleid heeft aandacht voor diversiteit
 - wij kennen de cultureel-diverse achtergronden van onze medewerkers
 - dit geldt voor zowel professionele medewerkers als vrijwilligers
 - als voor medewerkers die de dagelijkse werking verzorgen en voor leden van het bestuur
- bij aanwerving van medewerkers en vrijwilligers wordt uitdrukkelijk aandacht aan diversiteit besteed (formulering vacature, wervingskanalen)
- voor iedere medewerker wordt begeleiding, een mentor of indien nodig extra coaching voorzien
- opleiding of bijscholing volgen die de competenties in het omgaan met diversiteit (in de organisatie, met het publiek) verhogen, wordt gestimuleerd
- we evalueren ons beleid en sturen het regelmatig bij aan de hand van omgevings- en sterkte-zwakteanalyses

Ga planmatig te werk:

- we maken een zelfanalyse en een omgevingsanalyse
- in onze zelfanalyse formuleren we antwoorden. Wie zijn we, wie willen we zijn, wat doen, wie bereiken we? Hoe is ons bestuur en het team van medewerkers samengesteld? Welk imago hebben we: hoe omschrijven we onszelf, hoe willen we zijn, hoe zien anderen ons? Welke aandacht krijgt diversiteit momenteel, wat zijn onze sterktes en zwaktes op dit vlak, wat willen we bereiken, hebben we de kennis en vaardigheden? Beschikken we over het nodige materiaal en de nodige financiën (begroting, diversiteitsplan, externe financiering, logistiek), met wie werken we (niet) samen?
- in onze omgevingsanalyse (demografisch en organisatorisch) zoeken we uit wie we in ons netwerk willen: welke verenigingen of groepen zijn er en welk profiel hebben zij? Welke punten hebben we gemeenschappelijk? Welke wensen en verwachtingen leven er? Zijn er praktische drempels: kinderopvang, financiële hindernissen, tijdstip, ...?
- we maken een keuze van activiteiten waarbij we een doel vooropstellen. De activiteiten staan nooit geïsoleerd of op zichzelf. We gaan gefaseerd en procesmatig te werk. We trekken voldoende tijd uit.
- we voeren uit en communiceren erover met de buitenwereld
- vervolgens evalueren we ook regelmatig, zowel tussentijds als op het einde, over een eenmalige samenwerking maar ook over een langer traject
- ten slotte verankeren we onze ervaringen en beslissingen in het beleidsplan en nemen initiatieven tot het diversifiëren van de raad van bestuur en het team van medewerkers

Evalueer de cultureel-diverse werking:

- wij evalueren regelmatig op vooraf bepaalde tijdstippen onze structurele werking
- wij evalueren ieder tijdelijk initiatief/project tussentijds en na afloop
- bij de evaluatie worden de oorspronkelijk geformuleerde doelstellingen op het vlak van culturele diversiteit getoetst
- zowel het proces, het product/resultaat als alle (interne en externe) communicatie wordt in de evaluatie opgenomen
- iedere evaluatie (ook van tijdelijke initiatieven!) formuleert perspectieven/suggesties voor de lange termijn. We beslissen wat we willen behouden, bijsturen, loslaten of toevoegen.
- de reflectie en besluiten waarin de evaluatie uitmondt, worden in een concrete output geformuleerd
- deze output van de evaluatie (of een deel daarvan), of met andere woorden de leerpunten, worden met andere organisaties gedeeld: via lezingen, artikels, de website www.interculturaliseren.be, via (informeel) overleg, of via andere kanalen.



3.2. (SAMEN)WERKEN MET EEN DIVERS PUBLIEK

Als erfgoedorganisatie is het je betrachtting om zoveel mogelijk mensen gebruik te laten maken van je diensten, om zoveel mogelijk mensen aan te trekken voor je activiteit of expo, kortom, om een ruim en divers publiek te bereiken met je aanbod. Het realiseren van deze ambities is uiteraard niet alleen een zaak van louter promotie. Het gaat er vooral om ervoor te zorgen dat je een aanbod ontwikkelt waarin mensen zich herkennen door in te spelen op hun leefwereld en interesses. En hoe kun je hiervoor beter zorgen dan het doelpubliek zélf mee aan het roer te laten staan bij de totstandkoming van je werking of je activiteiten? Geef het doelpubliek daarom de nodige inspraak vanaf de ontwikkelingsfase. Participeren betekent dan veel méér dan louter deelnemen; het gaat dan ook over deelhebben. Een bezoeker, gebruiker of participant maakt op die manier actief deel uit van een groter (erfgoed)geheel, of van een grotere (erfgoed)gemeenschap.

Het is echter niet haalbaar om een een-op-een relatie aan te gaan met iedere potentiële participant, gebruiker, bezoeker of medewerker. Daarom is het interessant om samen te werken met partners (dit zijn sleutelfiguren, vertegenwoordigers van verenigingen of andere organisaties) die bepaalde doelgroepen vertegenwoordigen.

Tracht bij partnerschappen altijd met alle partners vanuit een gelijkwaardige positie te vertrekken. Wie uit de erfgoedsector wil samenwerken, heeft diverse mogelijkheden: zelforganisaties, de integratiesector en onthaalbureaus voor anderstalige nieuwkomers, opvangcentra voor asielzoekers, culturele centra, OCMW's, buurthuizen, scholen, Huizen van het Nederlands, enzovoort. Houd er wel rekening mee dat elk van deze organisaties een eigen opdracht heeft en dat niet iedereen daarbinnen evenveel ruimte heeft om aan externe projecten mee te werken.

Netwerkaart:

Op pagina 49 van deze brochure is een netwerkaart opgenomen. Per provincie vind je hierin verwijzingen naar vernoemde mogelijke partners.

Partnerschappen met zelforganisaties

Binnen de gemeenschappen van etnisch-culturele minderheden zijn talloze verenigingen, ook wel zelforganisaties genoemd, van zeer uiteenlopende aard actief. Sommigen zijn gestructureerd op basis van etnische herkomst, anderen op basis van een specifieke doelgroep: vrouwen, jongeren, gelovigen, enz. Sommige organisaties zijn groot in omvang, andere dan weer zeer klein en daarom zijn de mogelijkheden van iedere organisatie ook erg verschillend. Ze hebben vaak ook zeer uiteenlopende doelstellingen zoals sport en ontspanning, cultuurbeleving of vorming. Een aantal van deze zelforganisaties zijn lid van een 'landelijke vereniging van migranten', ook wel 'migrantenfederatie'

genoemd. De zelforganisaties en de federaties behoren tot de sector van het socio-cultureel volwassenenwerk.

Wat als een gecontacteerde organisatie verklaart reeds overbevraagd te zijn? Vaak worden immers dezelfde sleutelfiguren uit interculturele middelen veelvuldig gevraagd. Deze mensen proberen hun tijd te verdelen tussen hun vrijwilligerswerk, beroep en gezinsleven waardoor tijd een probleem is en culturele organisaties dan ook meer dan gewenst nul op het rekest krijgen. Dit wil uiteraard niet zeggen dat er geen andere mogelijkheden zijn.

Tips voor samenwerken met zelforganisaties:

- > Zelforganisaties zijn meestal vrijwilligersorganisaties. Diegenen die er actief zijn, doen dit meestal in de avonduren en tijdens het weekend. Let dus op met het plannen van activiteiten of bijeenkomsten tijdens de werkuren.
- > Maak uitgebreid kennis met de vereniging. Een vereniging vertegenwoordigt niet noodzakelijk een hele gemeenschap. Leg je oor te luisteren bij de verenigingen: door wie zijn ze opgericht, voor wie werken ze en door wie worden ze ondersteund? De redenen waarom verenigingen van etnisch-culturele minderheden worden opgericht, kunnen immers zeer verscheiden zijn: omwille van gedeelde noden, de behoefte om met 'gelijken' bijeen te komen rond elementen als religie of nationaliteit, de zorg voor het beleven en bewaren van cultuur en tradities. Tracht niet enkel te achterhalen welke doelstellingen de vereniging wil bereiken, maar probeer ook een beeld te krijgen van de samenstelling van de leden. Er kunnen bijvoorbeeld andere visies leven op leiderschap, de status van oudere bestuursleden, op het lidmaatschap van mannen en vrouwen, door de verschillende achtergronden van de leden (eerste of tweede generatie, stad of platteland als herkomst, ...).
- > Onbekend is onbemind, dus neem de tijd. Misschien ziet een organisatie niet meteen de meerwaarde of de mogelijkheden van een samenwerking rond erfgoed in, maar dat kan na verloop op termijn veranderen.

1+1=3:

Over de werking van zelforganisaties schreven de8, het Antwerpse minderheidscentrum, en de Federatie van Marokkaanse Verenigingen het boekje '1+1=3. (Samen)werken met allochtone verenigingen' dat digitaal raadpleegbaar is, via www.de8.be.

Partnerschappen met de integratiesector

Integratiecentra werken aan een samenleving die positief omgaat met diversiteit. Ze focussen daarbij op sociale cohesie en beeldvorming, het verhogen van toegankelijkheid via interculturalisering, ondersteuning van lokaal en provinciaal beleid en de

verhoging van emancipatie van etnisch-culturele minderheden. Er wordt steeds op meerdere beleidsdomeinen gewerkt (onderwijs, werk, welzijn, vrije tijd, opvang, ...) maar de focus kan verschillen per integratiecentrum. De Vlaamse overheid erkent per provincie en in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest één integratiecentrum. De meeste integratiecentra hebben lokale steunpunten. Enkele gemeenten herbergen een gemeentelijke integratiedienst.

Tips voor samenwerking met de integratiecentra en onthaalbureaus:

- Breek in de cursussen van inburgeringstrajecten in. Deze cursussen worden door onthaalbureaus aan nieuwkomers gegeven. Bijvoorbeeld het Onthaalbureau Inburgering Antwerpen besteedt – onder andere in samenspraak met musea – in de cursus maatschappelijke oriëntatie bijzondere aandacht aan vrije tijd en culturele activiteiten. Nieuwkomers in Antwerpen leren op die manier niet alleen de stad beter kennen, maar maken er ook meteen kennis met cultuur en erfgoed. Ook in Kortrijk leidt een wandeling voor nieuwkomers langs verschillende musea, het kunstencentrum, ...
- Maak een lijst van organisaties uit je omgeving. Bezorg hen een uitnodiging voor activiteiten maar ga zelf ook bij hen langs en bezoek ook hun activiteiten.
- De eerste contacten met een doelgroep leg je best via een organisatie die deze groepen al goed kent: een welzijnsorganisatie, een integratiecentrum, ...

Onthaalklassen

In het kader van de 'OKAN-classes' (Onthaalklassen voor Anderstalige Nieuwkomers) volgde een groep meisjes in het museum Kortrijk 1302 een bijkomende vorming. Interessant was dat zij hun achterban en hun familiale omgeving meebrachten naar activiteiten, zodat via deze weg mensen met een etnisch-cultureel diverse achtergrond het museum spontaan leerden kennen. Deze groep was ook enthousiast om mee te werken aan praatnamiddagen in het museum over hun ervaringen met de 'Vlaamse cultuur' ten opzichte van de 'eigen cultuur'. Een volgende activiteit met hen was de organisatie van 'Variété 1302', een kleine interculturele festivaldag die hoofdzakelijk bezoekers met een etnisch-cultureel diverse achtergrond aantrok.

Zomerschool

Sinds 2005 komen elke zomer nieuwkomers, namelijk een 75-tal anderstalige kinderen uit 25 verschillende landen, tweemaal op bezoek in het KMSKA om naar portretten te kijken. De portretten vertellen niet alleen over lichaam, afkomst, familie, gevoelens, ... maar zijn eveneens drager van een rijke woordenschat. Aan de hand van het geportretteerde op de schilderijen leren de kinderen Nederlandse woordenschat. Ze beleven kunst in het Nederlands. Na een

interactieve rondleiding maken ze een interpretatie van een historisch portret en een zelfportret. Op het slotfeest van de Zomerschool in het museum tonen de kinderen hun portretten op een tentoonstelling en geven ze hun familie een rondleiding langs enkele portretten in het museum. Zo maakt een publiek van nieuwkomers op een heel spontane manier kennis met het museum.

Samenwerken met de buurt

Een samenwerking opstarten met een buurt leent zich goed voor interculturele processen. Partners leveren elkaar wederzijdse expertise aan: een buurt levert netwerken en contactpersonen, een erfgoedorganisatie leent haar expertise in verzamelen en bewaren. Een buurt leent zich bovendien als klankbord voor het uitwerken van initiatieven. Organisaties die zich structureel in de buurt willen inbedden, versterken zo hun maatschappelijke verankerung. Zeker voor lokale organisaties is de band met het buurtwerk zeer belangrijk, want deze omgeving vormt ook hun voornaamste doelgroep.

Samenwerken met kinderen en jongeren:

Ga in je buurt ook een keer op zoek naar organisaties binnen het jeugdwelzijnswerk. Op de website van JeugdWerkNet vind je hun adressen terug, zie www.jeugdwerknet.be.

Werken met scholen in de buurt

Het Openluchtmuseum Middelheim startte onder de noemer 'Bij-buurt en op het Kiel' onder andere een samenwerking op met een secundaire school uit de buurt met als doel de leerlingen en buurtbewoners op een eigenzinnige manier warm te maken voor hedendaagse kunst én om een duurzame relatie met hen uit te bouwen. Via de leerlingen werd immers ook een ruimere kring van familieleden en vrienden bereikt. De leerlingen gingen in dit project zelf aan de slag, samen met kunstenaars, museumgidsen en vakleerkrachten. Samen maakten zij een aantal monumentale kunstvoorwerpen. Ze besteedden daarbij – conform met hun opleiding – veel aandacht aan de techniek die bij het maken van kunstwerken kwam kijken. Dankzij dit project traden de leerlingen ook buiten de eigen schoolbiotoop en de vertrouwde denkpatronen. Het museum slaagde in de samenwerking door eerst op zoek te gaan naar datgene wat het museum en de school gemeenschappelijk hadden en waarin ze mekaar precies konden versterken.

Straat per straat naar het museum

Het Stadsmuseum Hasselt nodigt iedereen inwoner van Hasselt uit voor een gratis rondleiding in het museum. Iedere zondag is een andere wijk aan de beurt. Op die manier worden de bewoners ingewijd in de geschiedenis van de eigen buurt

en worden ze actief uitgenodigd om een kijkje te nemen in het museum. Deze invitatie kan net de prikkel zijn die iemand (die misschien helemaal niet vertrouwd is met museumcultuur) over de brug trekt om het museum te bezoeken. De bewoners krijgen vervolgens een gidsje mee over het museum, zodat ze nadien op hun beurt aan anderen iets kunnen vertellen over het museum.

Sluit je dus niet op binnen je muren als organisatie, maar ga actief op zoek in je omgeving naar betekenisvolle plaatsen en organisaties. Neem uitgebreid de moeite om de buurt goed te leren kennen. Dat kan onder andere door te praten met of te luisteren naar buurtbewoners en verenigingen en organisaties in de buurt, door regelmatig een ommetje te maken in de buurt; door lokale infobladen door te lezen, ... Het levert vaak meer interessante info op dan statistieken je ooit kunnen verschaffen.

Nood wordt deugd

Het Suikermuseum van Tienen werd geconfronteerd met een aantal jongeren die vaak rondhingen op het binnenplein van de museumsite. Deze jongeren gebruikten de aanwezige vensters rondom als spiegel tijdens hun dansacts. Nogal wat mensen hadden hiermee een probleem. Op een keer vroeg het museum aan de jongeren om tijdens de openingsreceptie van een tentoonstelling hun kunsten te tonen. Na veel overleg kon men de jongeren overtuigen. Nadien hebben de jongeren ook nog een rondleiding gekregen in het museum dat ze nog nooit eerder bezochten. "Sindsdien zijn het onze vrienden", aldus de museumdirecteur.

Open ramen

Het Dr. Guislainmuseum organiseerde met diverse buurtorganisaties wandelingen in de wijk. De bewoners werd gevraagd om op het moment van de wandeling een voorwerp voor het raam te plaatsen dat voor hen een bepaalde betekenis heeft. De begeleide wandeling leverde een bont resultaat op. Doordat de buurt wordt bewoond door mensen met diverse culturele achtergronden, bleken de getoonde voorwerpen minstens even divers te zijn.

Organisaties die samenwerking als een groeiproses zien, zullen meer aan vertrouwen winnen in de buurt, waardoor samenwerking op termijn ook gemakkelijker kan worden. Daarom is het niet onbelangrijk om gefaseerd te werk te gaan en de verwachtingen in het begin nog niet te hoog te stellen. Werken aan een eerste concrete (experimentele) activiteit legt de basis voor een verdere enthousiaste betrokkenheid. Men moet eerst de tijd nemen om elkaar te leren kennen, zoniet worden voorstellen vaak eenzijdig of top-down ervaren. Op die manier weet je bovendien beter wie je voor je hebt, en of de samenwerking ook het doel zal dienen.

Tips voor het consolideren van een relatie:

- Streef naar een concreet resultaat dat voor alle betrokken partijen iets betekent. De mogelijke uitkomsten zijn legio: een evenement, een theaterstuk, een muziekvoorstelling, een tentoonstelling, een boek, een bezoek. Maar laat na afloop van dit tijdelijke aanbod je partner of bezoekers niet los. Haal de banden extra aan en betrek je partners bij andere activiteiten en participeer ook aan hun activiteiten.
- Wees realistisch. Start niet onmiddellijk met te grote plannen als je niet over de draagkracht, tijd en middelen beschikt. Zet een haalbaar doel voor ogen.
- Stel je expertise ter beschikking.

Win-winsituatie voor alle partners

Opdat de samenwerking kan slagen, vertrek je best van een doel waarmee alle partijen tevreden zijn. Zo krijg je naast een inhoudelijke en organisatorische betrokkenheid ook een win-winsituatie. Aangezien organisaties die samenwerken ook elk vertrekken vanuit een andere context, andere doelgroepen en andere doelstellingen voor ogen hebben, kunnen de verwachtingen wel eens uit elkaar liggen. Besteed daarom aan het begin van je samenwerking genoeg tijd aan het bespreken van de verwachtingen en aan de afspraken die voor iedereen een meerwaarde vormen. Samenwerking mag niet lukraak gebeuren.

Wanneer je samenwerkt met verenigingen, denk er dan aan dat je meestal zal samenwerken met vrijwilligers. Deze mensen hebben waarschijnlijk allemaal uiteenlopende redenen om deel uit te maken van die vereniging. Probeer hen hierin te ondersteunen: geef mensen een zinvolle vrijetijdsbesteding, waardeer hun persoonlijk engagement, interesseer je in hun bekommernis om cultuur en identiteit en breng hun ervaring en kennis mee aan boord.

Daarnaast is vrijwilligerswerk eigenlijk een typisch westerse constructie. De principes zijn niet overal ter wereld even ingeburgerd of gekend. Daardoor kunnen er mogelijk misverstanden ontstaan over betaald vrijwilligerswerk en andere vergoedingen. Maak daarover dus duidelijke afspraken.

Tips voor kennismaking met andere organisaties:

- Grasduin doorheen websites of magazines van mogelijke partners, neem deel aan hun activiteiten of maak gebruik van hun diensten.
- Betrek mensen door een inspraakorgaan op te richten zoals een klankbordgroep, een praatgroep, een denktank, ... Hierdoor maak je kennis met diverse visies en opinies van mogelijke partners.
- Zorg dat de verantwoordelijkheden en taken in gelijke mate worden gedragen door alle betrokken partners (tenzij anders afgesproken). Maak een engage-

mentsverklaring of partnerovereenkomst waarin dit precies wordt beschreven en die iedere partner ondertekent. Spreek over de status van dit document. Wees je ervan bewust dat een papieren document niet voor iedereen dezelfde status heeft.

- Bouwen aan contacten en samenwerking kun je ook via kleine, praktische dingen doen. Beschik je bijvoorbeeld over voldoende infrastructuur? Dan kun je deze te leen stellen aan buurtorganisaties voor activiteiten, wijkfeesten of aan andere initiatieven die de bewoners dichterbij elkaar brengen.
- Benader mensen uit een vereniging niet alleen in groep, maar ook individueel. Spreek ieders talenten aan.

3.3. COMMUNICEREN MET EEN DIVERS PUBLIEK

Communiceren is meer dan talig zijn en meer dan het vinden van de juiste communicatiekanalen. Communiceren gaat ook over het verwerven van (interculturele) competenties of vaardigheden die je in staat stellen om relaties optimaal te onderhouden. Je hebt efficiënte manieren nodig om in contact te komen met potentiële geïnteresseerden. Public relations mag men evenmin onderschatten.

Kortom, het gaat niet louter om het promoten van je aanbod; maar over je gehele houding die je naar diverse partners en naar een divers publiek uitstraalt. Dit ligt immers aan de basis van goede communicatie, waarbij je tracht de juiste boodschap over te brengen.

Meer dan talig zijn

Om elkaar goed te kunnen 'verstaan' is er meer nodig dan het spreken van eenzelfde taal. Je moet eveneens beschikken over de nodige dosis respect en gevoeligheid voor gebruiken en gewoonten van anderen. Wees je ervan bewust dat niet iedereen eenzelfde vergadercultuur hanteert. Ook waarden en normen verschillen. Neem het voorbeeld van rollenpatronen: de status van ouderen en jongeren, genderverhoudingen, ... worden niet door iedereen hetzelfde opgevat. Het vereist het leren kijken vanuit een ander standpunt en een bewustwording voor nuances. Daarnaast gaat het stimuleren van interculturele competenties ook over het stimuleren en waarderen van ieders eigenschappen en talenten.

Tips voor interculturele vaardigheden:

- Niet iedereen gaat op eenzelfde manier om met kritiek: meningen worden niet bij alle verenigingen rechtstreeks of direct uitgesproken om mensen geen gezichtsverlies te laten lijden.
- Tracht op de hoogte te blijven van wat er reilt en zeilt binnen de sector van

etnisch-culturele minderheden. Op die manier ontwikkel je een zekere affiniteit.

Actualiteiten:

Het Minderhedenforum is de spreekbuis en belangenbehartiger van etnisch-culturele minderheden in Vlaanderen en Brussel. Wil je weten wat hen bezighoudt, wat er reilt en zeilt in deze sector? Schrijf je dan in op de elektronische nieuwsbrief van het Minderhedenforum. Het kost weinig tijd om hem door te lezen en je blijft op de hoogte van de nieuwtjes die er leven. Zie www.minderhedenforum.be.

Mondelinge communicatie

Op een bepaald moment zul je hoe dan ook met je partners en publiek in dialoog treden. Spreek je een verschillende taal, dan kun je met tolken werken.

Tips voor tolken:

- > Je kunt een beroep doen op een 'gemeenschapstolk' (dit is iemand uit dezelfde gemeenschap die bereid is om te tolken), op gediplomeerde tolken of sociale tolken.
- > De meeste provincies hebben tolkdiensten waarop non-profitorganisaties gratis of tegen een kleine vergoeding een beroep kunnen doen. Deze gediplomeerde tolken zijn professioneel opgeleid om eveneens nuanceverschillen in taalgebruik te kunnen vertalen.
- > Het is verstandig om zowel een gemeenschapstolk als een beroepstolk vooraf op de hoogte te brengen van je thema's. Werk je bijvoorbeeld rond gevoelige thema's, brief dan de tolk in kwestie goed op voorhand om gecensureerde vertalingen te vermijden.
- > Handig is om je gidsenbestand uit te breiden met anderstalige gidsen. Je hebt als organisatie zelf hun opleiding in de hand en zij maken vervolgens de vertaling naar hun eigen (taal)gemeenschap.

Vertaal- en tolkdiensten:

Een overzicht van de Belgische Sociaal Vertaal- en Tolkdiensten vind je via de website www.fosovet.be. De netwerkkaart op pagina 51 verwijst naar bijkomende diensten per provincie.

Schriftelijke en audiovisuele communicatie

Voor alles wat schriftelijke communicatie betreft, of het nu om affiches, folders, publicaties of zaalteksten en labels gaat: stel ze in een zo helder mogelijk taalgebruik op.

Het is niet altijd nodig om schriftelijke communicatie te vertalen. Maar stel jezelf wel telkens de vraag of je het toch wenselijk acht om een bepaalde doelgroep te bereiken. Je kan er dan eventueel voor opteren om een minimum aan inleidende teksten te vertalen, of om een aparte folder of auditief fragment te voorzien.

Tips voor helder taalgebruik en vertalingen:

- Stel je teksten in een toegankelijk taalgebruik op. Doe de test en lees je teksten vooraf een keer luidop. Je merkt meteen of ze vlot (en dus gemakkelijk leesbaar) zijn geschreven of niet.
- Test zoveel mogelijk op voorhand uit! Er was eens een keer ... een goed bedoelend museum dat aandacht wilde hebben voor diversiteit. Daarom liet het museum alle teksten in een tentoonstelling vertalen naar het Arabisch. Jammer genoeg had het museum zijn geloofwaardigheid snel verloren toen bleek dat men de tekst – zonder het zelf te weten of te zien – in spiegelschrift had opgehangen.

Taalsuggesties:

Klaar en duidelijk communiceren zodat het begrijpelijk blijft voor iedereen, is vaak niet zo eenvoudig. 'Wablief' ("de duidelijkste krant van het land") geeft helder advies voor het opstellen van teksten, zie www.wablief.be/tekstadvies/index.html.

Maak je bijvoorbeeld in een tentoonstelling gebruik van geschreven tekst, bedenk dan dat je aanvullend kunt werken met illustraties of foto's, kaarten, audiovisuele hulpmiddelen, kleuren, geuren, verhalen, muziek, ... om een bepaalde boodschap over te brengen. Deze vormen van communicatie kunnen drempelverlagend werken. Tracht hierbij echter clichés uit de weg te gaan.

Wanneer je bijkomend gebruikmaakt van audiovisueel materiaal – bezoekers kunnen bijvoorbeeld meer informatie opvragen via een touchscreen, of via hoofdtelefoons kan men audiofragmenten beluisteren – maak dan aan de bezoekers duidelijk welke handeling van hen wordt verwacht. Het onthaalpersoneel, de gids of begeleider kan de bezoeker(s) of de groep hierover op voorhand brieven. Beschik je niet over het nodige personeel, breng dan (waar nodig) pictogrammen aan die in een oogopslag duidelijk maken welke actie van de bezoeker wordt verwacht.

Tips voor visuele duiding:

- Als bezoekers materiaal mogen aanraken (of net niét), maak dit dan duidelijk aan de hand van een weerkerend visueel symbooltje.
- Gelden er bepaalde huisregels? Mogen bezoekers bijvoorbeeld niet luidop

spreken, geen jassen of tassen mee naar binnen nemen, ...? Maak dergelijke etiquette kenbaar aan de hand van pictogrammen zodat misverstanden worden vermeden.

Extra creativiteit:

Wil je extra creativiteit in huis op het vlak van vormgeving? Dan kun je een beroep doen op ZebrArt, een platform waar gevluchte kunstenaars in contact kunnen komen met culturele organisaties. Vaak hebben deze kunstenaars al een artistieke opleiding genoten en waren ze reeds actief als kunstenaar in hun herkomstland. Zie www.zebrart.be.

Het juiste kanaal

Daarnaast bespeelt een goed communicatiebeleid de geschikte kanalen om de gewenste doelgroep te bereiken. Communiceren via de meest geschikte weg is daarbij onontbeerlijk.

De ervaring leert dat schriftelijke vormen zoals brieven, e-mails, nieuwsbrieven of websites hun doel soms volledig voorbijschieten. Neem dus ook kennis van meer informele en persoonlijke informatiekkanalen, want afhankelijk van de context en de doelgroep is mondelinge communicatie vaak meer doeltreffend dan schriftelijke. Persoonlijk aanspreken of bemiddelen via een sleutelfiguur is vaak een must.

Werven via taalopleiding

Het Huis van het Nederlands in Brussel stimuleert zijn studenten om buiten de lesuren deel te nemen aan Nederlandstalige culturele activiteiten. Het vraagt daarom aan culturele organisaties om hun activiteiten open te stellen aangepast aan de diverse taalniveaus voor de studenten. De drempel om deel te nemen aan dergelijke activiteiten wordt op die manier wel degelijk verlaagd voor anderstaligen. Voor de deelnemende organisaties is dit eveneens een erg interessante samenwerking: zij weten op die manier een toch moeilijk bereikbaar publiek van anderstaligen aan te spreken.

Etnocommunicatie:

In een handige folder 'Etnocommunicatie. Communiceren met een multicultureel publiek', uitgebracht door de Vlaamse overheid, staat een overzicht van geschikte werkmethodes, communicatiekanalen en tips in verband met praktische aspecten (gebruik van foto's en kleuren, kortingen, ...). De publicatie kun je downloaden van de site van Gelijke Kansen in Vlaanderen, zie www.gelijkekansen.be.



CHECKLIST: OMGAAN EN COMMUNICEREN MET EEN DIVERS PUBLIEK

Leer je partners kennen:

- onze organisatie bouwt bewust (proactief en responsief) een sociaal en cultureel divers netwerk uit
- door op de hoogte te blijven van de werking van andere organisaties (via tijdschrift, nieuwsbrief, website, mondelinge gesprekken, ...)
- door deel te nemen aan activiteiten van andere organisaties (uitnodigingen/ openingen, ...)
- door een spontaan bezoek te brengen aan of contact op te nemen met andere organisaties of mogelijke partners
- onze organisatie gaat op zoek naar mogelijke partnerorganisaties voor samenwerking
 - samenwerking groeit vanuit informele contacten
- de vraag tot samenwerking wordt expliciet gesteld aan een zorgvuldig geselecteerde organisatie
- de vraag tot samenwerking wordt gesteld aan een tussenpersoon of - organisatie die kan doorverwijzen naar een geschikte organisatie

Ontwikkel een cultureel-divers aanbod in samenwerking met:

- onze organisatie ontwikkelt haar werking en aanbod in samenwerking met (cultureel-diverse) partners
- deze samenwerking gaat uit van een win-winsituatie voor alle betrokken partijen
- zowel onze organisatie als de samenwerkingspartner kunnen duidelijk formuleren:
 - wat de doelstellingen zijn voor deze samenwerking
 - wat de verwachte output/effecten zullen zijn (proces, product, communicatie, evaluatie, expertise, ...)
 - wat de mogelijke inbreng is (financiën, mensen, expertise, verwachte tijd, logistieke ondersteuning, contacten, communicatiekanalen, ...)
 - dit wordt duidelijk weergegeven in een engagements- of partnerverklaring
- er worden duidelijke afspraken gemaakt rond timing en planning
- er worden duidelijke afspraken gemaakt over wie, wat, wanneer doet
- er wordt afgesproken wat naar wie op welk moment wordt gecommuniceerd (over het proces en over het resultaat)

Leer je publiek kennen in al zijn diversiteit:

- onze werking baseert zich op informatie verkregen door en over het publiek
- we analyseren de noden en wensen van het publiek
 - aan de hand van bestaande gegevens

- door consultatie van het publiek (a.d.h.v. publieksonderzoek)
- we analyseren de behoeftes van het niet-publiek
 - aan de hand van bestaande gegevens
 - door consultatie van het niet-publiek (bv. kwalitatief onderzoek, participatieve methoden, ...)
- deze resultaten van de bevraging worden ook gecommuniceerd naar de bevragden zelf
- onze toegankelijkheid wordt afgetoetst bij verschillende doelgroepen
- vooropgestelde doelgroepen krijgen inspraak in de werking: via een adviesgroep of door middel van peter- en meterschappen
- gegevens uit (publieks)onderzoek of verkregen feedback wordt opnieuw gebruikt als referentiekader bij het ontwikkelen van nieuwe initiatieven
 - deze informatie wordt zoveel mogelijk regelmatig aangevuld en up-to-date gemaakt
- deze info verspreiden we binnen de eigen organisatie opdat zoveel mogelijk medewerkers een beeld krijgen van het publiek waarvoor we werken
- de werking/activiteiten wordt geëvalueerd met vertegenwoordigers uit de doelgroep
- nieuwe ideeën voor onze werking/activiteiten toetsen we eerst af bij vertegenwoordigers uit de doelgroep
- onze organisatie kan aantoonbare veranderingen/verbeteringen voorleggen die n.a.v. consultaties zijn doorgevoerd

Communiceer met oog voor diversiteit:

- wij communiceren over onze werking naar zowel het gekende publiek als naar het niet-publiek
- wij promoten onze activiteiten niet alleen naar het bestaand publiek, maar ook naar het niet-publiek
- wij communiceren (schriftelijk, mondeling, digitaal) in een aangepaste taal/stijl/lay-out naar bepaalde doelgroepen indien nodig
- bewegwijzering en gebruikersinstructies maken gebruik van visuele elementen die voor iedereen begrijpbaar zijn
- onze organisatie benut verschillende communicatiekanalen die gekend zijn bij de doelgroep
- het onthaalpersoneel en de gidsen zijn getraind op het vlak van interculturele competenties
- we doen een beroep op gediplomeerde tolken indien nodig

3.4. DIVERSITEIT IN DE COLLECTIE

Om je doelpubliek te bereiken, is het belangrijk dat zij zich in je aanbod herkennen. Daarvoor is het nodig om terug te gaan naar de basis van je aanbod: je collectie. Neem de proef op de som en tracht eerlijk te antwoorden op de vraag of je collectie voor een publiek met diverse culturele achtergronden even relevant en begrijpbaar is als voor jezelf. Eerlijk: dat is het vaak niet voor niet-ingewijden, of voor niet-westerlingen. Dat heeft uiteraard te maken met het westers uitgangspunt waarop het collectie- of verzamelbeleid berust. Stel het een keer in vraag. Misschien zie je mogelijkheden om je collectiebeleid zodanig te herbekijken of uit te breiden, zodat ook andere of niet-westerse gemeenschappen zich er gemakkelijker in kunnen herkennen.

Wat wordt getoond in culturele organisaties, of het aanbod aan activiteiten, blijkt niet voor iedereen vanzelfsprekend of toegankelijk te zijn. Wanneer geschiedenis een rol wil spelen, dient de aandacht niet alleen uit te gaan naar de inhoud van het historische verhaal maar ook naar degenen voor wie een dergelijk verhaal een zekere betekenis heeft. Dit brengt ons tot de discussie of de getoonde canon, die meestal westers dominant is, wel voldoet aan de interculturele omgang met het verleden, heden en toekomst.

Je bewust worden van de referentiekaders van het aanbod veronderstelt dat je een inzicht hebt in of krijgt op de totstandkoming van de eigen identiteit en het relativeren van de eigen culturele waarden en normen. Vaak wordt de eigen canon als uitgangspunt genomen. Wat niet past, hoort er niet in thuis met als gevolg dat andere uitingen een etiket krijgen als etnisch, vreemd, exotisch.

Nemen we tentoonstellingen – vrijwel de meest voorkomende presentatievorm van collecties in de erfgoedsector – dan zijn deze meestal ook vrij eenvormig opgevat, omdat de tentoonstellingsmakers doorgaans over een gelijkaardige achtergrond beschikken. Het blijkt bijzonder moeilijk te zijn om een tentoonstelling op te bouwen over, voor of vanuit een cultuur die niet de eigen cultuur is. Het is belangrijk om je bewust te zijn van de invalshoek waarmee dingen worden belicht. Om deze valkuil te vermijden, is het ook zo belangrijk om samen te werken met (leden van) de doelgroep zelf van bij de ideeënfase.

Wie aan de collectie en/of presentatie wil sleutelen, vertrekt best vanuit de idee van ‘ontmoeting’. Uit verschillende praktijkvoorbeelden blijkt bovendien het belang van een focus op gemeenschappelijke of herkenbare elementen (uit de cultuur van alledag) als vertrekbasis in tegenstelling tot het opzoeken van verschillen. Voorbeelden kunnen familie, sport, opvoeding, ... zijn. In zulke thema's herkennen mensen zich elk vanuit hun eigen context. Het komt er dan ook op aan om een thema voldoende creatief te gaan

ontleden en te zoeken naar invalshoeken die mensen op één of andere manier delen.

Interculturele linken in collectie en presentatie

Verschillende pisten zijn mogelijk en ook even legitiem om een bestaande collectie te 'interculturaliseren'. Veel hangt af van de context van de organisatie en haar aanbod (specialisme, omgeving, wervingspolitiek, de omstandigheden van verwerving van de collectie). Een eerste oefening zou zijn om te vertrekken van het bestaande materiaal en daarin op zoek te gaan naar interculturele invalshoeken. Je kunt enkele mensen uit je doelgroep vragen om in je collectie mee op zoek te gaan naar gemeenschappelijke, identiteitsgebonden of dagdagelijkse aspecten. Daarnaast zou je een actief verzamelbeleid kunnen opstellen en actief prospecteren naar materiaal. Zelfs wanneer het thema moeilijk lijkt om materiaal te verzamelen, zijn diverse methoden geschikt, zoals mondelinge geschiedenis en foto's. Ten slotte kan ook een alternatieve presentatievorm van de collectie voor betrokkenheid zorgen.

Ook hier geldt de gouden regel om op een integere manier materiaal te verzamelen door een vertrouwensrelatie op te bouwen. Maak duidelijk wat de bedoeling is van je verzamelbeleid en hoe materiaal aan bod zal komen. Op deze manier win je vertrouwen van mensen om ook gevoelige thema's aan te kaarten.

Tips voor interculturele linken in de collectie:

- Nodig de leden van een zelforganisatie of een integratiecentrum uit en geef ze een rondleiding. Vinden ze voldoende aanknopingspunten uit het alledaagse leven, ontdekken ze gemeenschappelijke elementen? Uit deze oefening blijkt snel welke voorkennis is vereist om het aanbod te begrijpen, welke onduidelijkheden bezoekers eventueel nog ervaren, ...
- Verbreed het (vertel)perspectief door medewerkers met diverse achtergronden feedback te vragen en door hen mee te laten zoeken naar originele en persoonlijke invalshoeken. Betrek hen vanaf de brainstorm- of ideeënfase bij de ontwikkeling van het aanbod. Hoe meer personen, hoe meer ideeën en benaderingen.
- Analyseer je vaste collectie of presentatie met enkele bezoekers met diverse achtergronden.

Peter- en meterschap

Het Huis Van Alijn heeft voor iedere kamer in het museum een peter of meter aangezocht die de presentatie in die ruimte mee bewaakt. Het Huis van Alijn put daarvoor uit personen uit de buurt. Dat mensen met een diverse achtergrond daarbij ook aan bod gekomen, is vanzelfsprekend maar geen criterium. Betrokkenheid bij de buurt is doorslaggevend.

Club resideert in museum

Naar aanleiding van een festival stelden een aantal vrijwilligers van het cultureel-diverse kunstenplatform Mousseem een collectiepresentatie samen in het MUHKA. Een jaar lang engageerden zij zich om samen na te denken over de mogelijkheden van de museumcollectie en wat deze voor hen kon betekenen.

Aanvullend materiaal

Wanneer materiële getuigen ontbreken kun je via mondelinge getuigenissen op zoek gaan naar ontbrekende of aanvullende getuigenissen. Wanneer je de principes volgt van mondelinge geschiedenis, kun je het materiaal ook op een verantwoorde manier verzamelen en verwerken.

Mondelinge geschiedenis:

De dvd 'Van Horen Zeggen' biedt een praktische handleiding voor het goed uitvoeren van een mondelinge geschiedenisproject. De handleiding bevat een dvd en een boekje in een handige box. De dvd is verkrijgbaar bij FARO. Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed vzw, zie www.faronet.be.

Tracht steeds een evenwicht te bereiken tussen enerzijds de subjectieve individuele verhalen en anderzijds een historische en wetenschappelijke kritiek.

Met erfgoed thuiskomen

Antwerpenaren uit verschillende uithoeken van de wereld vertelden in 2007 in videoportretten over een aspect of voorwerp van hun cultuur dat ze koesteren en waar ze emotionele waarde aan hechten. Ze bieden geen representatief beeld van culturele tradities, maar levendige verhalen van hedendaagse stadsbewoners. Het resultaat werd door Mousseem gepresenteerd in het MuHKA en deze 'collectie' werd daarna geschonken aan het MAS.

Sleutelfiguren

Het Vervolg coachte 16 Genkenaren met een etnisch-cultureel diverse achtergrond én een merkwaardig levensverhaal tot vertellers of ambassadeurs van de lokale geschiedenis. Bezoekers aan de Mijnstreek worden in contact gebracht met deze 'sleutelfiguren' voor een leerrijke en persoonlijke beleving van de multiculturele Mijnstreek. Deze ontmoetingen zijn bedoeld voor individuen of kleine groepjes, zodat er een kwaliteitsvol contact ontstaat. Elk verhaal is uniek en vindt plaats op een eigen, gepersonaliseerde locatie: thuis, straat, clubhuis, gebedshuis, ...

Gevoelig materiaal

Niet alle collectiebeheerders zijn zich bewust van de gevoeligheid van elementen uit de collectie, zoals objecten die door opname in een museum uit hun sacrale omgeving zijn weggehaald of objecten die vervreemd zijn ten tijde van kolonisering. Dit hoeft echter niet te betekenen dat dit materiaal ook onmiddellijk naar een depot moet verdwijnen of enkel in situ kan worden getoond. Belangrijk is wel om de context van de voorwerpen aan te duiden of de manier van verwerven. Dit wil dus helemaal niet zeggen dat gevoelig materiaal niet mag worden getoond, maar wel dat je het moet kunnen duiden of argumenteren.

Verskillende perspectieven

Zonder voorbereiding selecteerden in 2007 zeven mensen met een diverse etnisch-culturele achtergrond, die al lang in België wonen, een object uit de collectie van het MAS | Etnografisch Museum en vertelden spontaan voor de camera wat dit object voor hen betekende. Uit de interviews bleek dat de bevrageden allemaal nog een sterke band voelden met hun land van oorsprong. Sommigen waren verbaasd om bepaalde maskers en beelden, die vaak een belangrijke rituele functie vervulden, hier open en bloot in een museum te zien. Toch vonden ze het tonen belangrijker dan opbergen omdat de objecten iets vertellen over de zienswijze in hun cultuur.

Soms worden thema's, die verondersteld worden taboe te zijn, door tussenpersonen zoals tolken wel eens gecensureerd. Dit vormen dan gemiste kansen om over deze gevoeligheden samen met het publiek te reflecteren (Is dit altijd taboe geweest, voor wie dan, waarom?). Geef dus verwachtingen en achtergrondinformatie zeker op voorhand aan groepen, tolken of tussenpersonen door.

3.5. OMKADERING VAN HET AANBOD

Een aanbod organiseren is meer dan enkel het tonen van het cultureel erfgoed op zich. Het gaat ook over het aanbod aan randactiviteiten en de manier waarop informatie wordt aangeboden. Kortom: het gaat ook over de bemiddeling die aansluitend bij de collectie wordt georganiseerd. Onder inhoudelijke bemiddeling verstaat men doorgaans de methodieken en instrumenten die worden ingezet om het getoonde zo betekenisvol mogelijk te maken voor het publiek. De bemiddeling gebeurt in een stijl en taal die aansluiting vindt bij de doelgroep en die aan bepaalde verwachtingen beantwoordt.

Rondleidingen zijn hiervan een voorbeeld: zij worden veelvuldig georganiseerd in de cultureel-erfgoedpraktijk. Van gidsen wordt echter steeds meer verwacht: ze moeten

kunnen omgaan met diverse doelgroepen zowel wat betreft de omgangsvorm als de referentiekaders, ze moeten taalgevoelig zijn, ... Het is geen overbodige luxe om te investeren in dit menselijk kapitaal: betrek de gidsen actief in het zoeken naar interculturele invalshoeken, geef hen de kans om bijscholing te volgen, voorzie eventueel een systeem van 'dubbele gidsen', waarbij de ene de doelgroep kent en de andere kan invullen vanuit een historische kennis, trek mensen met een diverse achtergrond in je organisatie aan als gids, ...

Meestal worden bij de ontwikkeling van een aanbod - vaak onbewust - homogeen samengestelde groepen voor ogen gehouden. De samenstelling van de groepen bij het merendeel van de groepsbezoeken is echter zeer heterogeen. Denk aan een klasgroep bijvoorbeeld. Hoe ga je met deze diversiteit dan om? In het onderwijs hanteert men hiervoor een aanpak waarbij de leerkracht de rol speelt van coach, die 'bouwstenen' en 'materialen' aanreikt. Het is de leerling zelf die vervolgens 'bouwt' op de eigen, persoonlijk basis die reeds aanwezig is. Leerlingen leren het beste door zelf actief nieuwe informatie en ideeën te verbinden aan wat ze al weten. Deze aanpak leent zich eigenlijk bijzonder goed voor het omgaan met (sociale, culturele, ...) diversiteit binnen de groep. Deze aanpak kan eveneens een goed en bruikbaar uitgangsidee zijn voor gidsen en begeleiders in erfgoedorganisaties die met divers samengestelde (klas)groepen werken. Werken aan de hand van vraag en antwoord en in wisselwerking met de groep is op die manier veel zinvoller dan het eenzijdig aanreiken van informatie in de vorm van een uiteenzetting.

Tegelijkertijd moet het aanbod ook op praktisch vlak goed worden omkaderd, zodat het publiek er op een zo vlot mogelijke manier toegang toe heeft. Aandacht voor bereikbaarheid en toegankelijkheid is daarom essentieel. Houd daarbij rekening met de behoeftes van verschillende (doel)groepen.

Het verbeteren van de toegankelijkheid zal uiteindelijk door alle bezoekers worden gewaardeerd. Licht daarom kritisch je eigen bereikbaarheid, openingsuren, prijsbeleid, ... door. Investeren in een goede vorming van het balie- en/of toezichtpersoneel is hoe dan ook essentieel.

Tips voor meer toegankelijkheid:

- Bekijk op welke manier je de toegangsprijs tot je organisatie interessant kunt maken: via een groepsticket, gratis voor inwoners van de gemeente, ...
- Zorg voor een goede wegbeschrijving met aandacht voor het openbaar vervoer.
- Zorg voor specifieke achtergrondinformatie voor begeleiders van groepen via de website.
- Is het mogelijk om in je cafetaria aandacht te besteden aan diverse voedings-

vereisten: halal, koosjer, vegetarisch, ...? En is er ruimte om te picknicken?

- Stel jezelf de vraag of iedereen wel bij je terecht kan tijdens de openingsuren.
- Tracht groepsbezoeken te stimuleren. Dit werkt drempelverlagend.
- Wees ook kindvriendelijk: zorg dat kinderen kunnen worden opgevangen, of liever, dat kinderen ook iets te beleven hebben.
- Kinderen zijn vaak de perfecte 'katalysator': weet je kinderen te betrekken bij je activiteiten, dan is het voor hun ouders vaak een veel kleinere drempel om ook deel te nemen.
- Een rolmodel, een populaire gastheer, een herkenbare peter of meter kan helpen om bezoekers te verwelkomen op voorwaarde dat ook het aanbod is afgestemd. Deze persoon kan bijvoorbeeld een woordje doen op de website, in een folder, ...

Gezinsvriendelijke omkadering:

De brochure 'All in: cultureel erfgoed voor het hele gezin' schenkt aandacht aan het onthaal van gezinnen in de organisatie en reikt tips aan omtrent de praktische omkadering en de inhoudelijke begeleiding van een gezinsbezoek. De brochure is te downloaden via www.faronet.be.

MIGRANTEN IN OOST-VLAANDEREN.



CHECKLIST: COLLECTIEBELEID EN OMKADERING

Check je collectiebeleid:

- het collectie- en verzamelbeleid heeft de nodige aandacht voor diversiteit
 - bij het verzamelen van nieuwe objecten
 - bij het afvoeren
- hierbij wordt uitdrukkelijk afgestemd met andere ergoedbeherende organisaties
- verschillende gemeenschappen zijn actief betrokken bij de collectievorming en het collectiebeleid en/of krijgen hierin inspraak
- er zijn middelen voorzien voor het diversifiëren van onze collectie
- er wordt onderzoek gevoerd naar cultureel-diverse aspecten van onze bestaande collectie
- onze catalogus/inventaris geeft de relevantie voor diverse groepen aan bij bepaalde items
- bij het beschrijven van items houden we rekening met mogelijke gevoeligheden voor het ontwerp bij bepaalde gemeenschappen

Onze tentoonstellingen/expo's en publieksgerichte initiatieven:

- pikken geregeld in op actualiteiten van diverse doelgroepen (bijvoorbeeld ramadan, Jom Kipoer, ...)
- besteden aandacht aan de diverse invalshoeken op het thema
- komen tot stand in overleg met diverse organisaties
- zijn toegankelijk voor diverse doelgroepen (fysisch, inhoudelijk, vormelijk)



4. Bronnen

4.1. DEMOGRAFISCHE KAARTEN

Laten we wel wezen: we huiveren bij de idee om te spreken over bijvoorbeeld ‘migranten’, omdat we niemand willen etiketteren of willen vastpinnen op slechts een onderdeel van hun identiteit. Toch worden ze vaak als doelgroep betrokken zodra praktisch te werk moet worden gegaan om mensen met een etnisch-cultureel diverse achtergrond te bereiken.

Tip:

- > De meeste etnisch-culturele minderheden worden liever niet als ‘allochtoon’ aangesproken, maar horen je liever spreken over ‘personen van etnisch-culturele minderheden’. Ook al ligt dit laatste net iets minder gemakkelijk in de mond.

Om als organisatie te kunnen formuleren wat je voor wie wil betekenen, moet je gewoon zicht krijgen op diegenen voor wie je het allemaal wil doen. De pragmatiek vraagt vervolgens om toch tot een indeling over te gaan. Vaak wordt er sociodemografisch opgesplitst, maar je kunt het publiek ook onderverdelen volgens interessesfeer, volgens gender, ... Het voordeel van een dergelijke indeling is dat je je gemakkelijker kunt focussen en verdiepen in je werking, dat je efficiënter kunt communiceren naar een groep of gemeenschap enzovoort. Laat doelgroepenwerking nooit verglijden in botte stigmatisering, maar laat ze altijd een instrument of middel zijn om je aandacht specifiek te richten.

Om zicht te krijgen op de onderscheiden doelgroepen of gemeenschappen kun je te rade gaan bij bestaand cijfermateriaal. Hieruit kun je bepaalde nuttige info destilleren. Selecteer wel zorgvuldig je bronnen en vertrouw nooit op statistische gegevens alléén. Om meer zicht te krijgen op werkelijke wensen en noden van een bepaalde gemeenschap is bijkomend onderzoek vereist.

Voor tendensen en cijfers wat betreft migratiegeschiedenis en nieuwkomers zijn de websites en gegevens van het Nationaal Instituut voor de Statistiek (zie <http://statbel.fgov.be>) en de Provinciale Integratiecentra (zie netwerkkaart p. 49) interessante vertrekpunten.

Enkele waarschuwingen bij het gebruik van cijfermateriaal:

- Cijfers zijn steeds een momentopname. Tendensen in migratiebewegingen bijvoorbeeld volgen mekaar op. Plaats daarom de cijfers die je consulteert ook goed in hun context.
- Cijfers hoeven niet de enige bron te zijn. Vaak leveren ze wel een eerste indicatie voor verder onderzoek.

In West-Vlaanderen in Kortrijk is het aandeel van bewoners met de Franse nationaliteit (18,77 % van de vreemdelingen) of een Afrikaanse (vooral uit Franssprekende landen zoals Congo en Marokko) nationaliteit (25,40 %) opvallend. De nabijheid van Frankrijk is hier een verklarende factor. Voor Oostende gelden omwille van de aanwezigheid van de haven andere cijfers: meer Britten (5,90 %) en ook opvallend meer Aziaten (10,00 %).

(Cijfers op 1-1-2007, Bron: Ecodata, Federale Overheidsdienst Economie, KMO, Middenstand & Energie, zie <http://ecodata.mineco.fgov.be>).

- Naargelang de bron die je gebruikt, zul je ook verschillende cijfers kunnen terugvinden. Een voorbeeld: de ene bron vermeldt enkel de legaal in ons land verblijvende mensen met een vreemde nationaliteit, terwijl een andere bron ook een schatting doet van het aantal illegalen.
- Officiële cijfers verbergen een groot stuk van de realiteit. Mensen die werden genaturaliseerd, of personen die in België werden geboren maar wiens grootouders zijn gemigreerd, illegalen die niet in de cijfers worden opgenomen, personen die in een wachtregister zijn ingeschreven, ... zijn niet altijd weergegeven in cijfers.
- Als je statistieken bekijkt, kijk dan verder dan de grote groepen Marokkanen, Turken en Italianen. Verschillende gemeenschappen vallen vaak minder op omdat ze minder groot zijn, omdat ze minder zichtbaar zijn, of omdat ze bijvoorbeeld recent gemigreerd zijn als vluchteling. Denk dus ook aan bijvoorbeeld Roma, Manoesj, Russen, Nepalezen, enzovoort.
- Achter alle cijfers gaan menselijke verhalen schuil. Vergeet niet dat mensen om zeer veel verschillende redenen migreren en allen een nieuw en waardevol bestaan willen opbouwen. Cijfers zijn dus niet meer dan een indicatie. Probeer op zoek te gaan naar de menselijke aspecten. Mensen hebben in eerste instantie andere bekommernissen dan culturele participatie.

4.2. NETWERKKAARTEN

Via de netwerkkaarten krijg je per provincie een overzicht van interessante organisaties waarmee je kunt samenwerken of die je verder kunnen informeren. Er bestaan lokale organisaties, enkele overkoepelende organisaties, maar evenzeer structuren die in alle provincies terugkomen.



Kennisknooppunt Interculturaliseren

Het Kennisknooppunt Interculturaliseren is een organisatie van de Vlaamse overheid die de sectoren cultuur, jeugdwerk en sport wil informeren en ondersteunen bij de uitvoering van het Actieplan Interculturaliseren dat Vlaams minister van Cultuur Bert Anciaux in 2007 presenteerde.

Op hun website www.interculturaliseren.be berichten ze over evoluties in deze sectoren.



Zelforganisaties en hun federaties

Binnen de gemeenschappen van etnisch-culturele minderheden zijn talloze verenigingen, ook wel zelforganisaties genoemd, van zeer uiteenlopende aard actief. Sommigen zijn gestructureerd op basis van etnische herkomst, anderen op basis van een specifieke doelgroep: vrouwen, jongeren, gelovigen, ... Ze hebben zeer uiteenlopende doelstellingen zoals sport en ontspanning, cultuurbeleving, vorming, ... Een aantal van deze zelforganisaties zijn lid van een 'landelijke vereniging van migranten', ook wel 'migrantenfederaties' genoemd. De gegevens van migranten federaties worden gebundeld weergegeven via onder andere de website van SoCiuS, zie www.socius.be. Zelforganisaties en federaties worden uitgebreid beschreven via de Interprovinciale Sociale Kaart, zie www.desocialekaart.be.



Integratiesector

De integratie- of minderhedensector bestaat uit de integratiecentra en integratiediensten. Een integratiecentrum of -dienst werkt lokaal of provinciaal aan een diverse samenleving door bijvoorbeeld acties te ondernemen omtrent correcte beeldvorming, het stimuleren van een diversiteitsbeleid in openbare besturen en het zoeken naar strategieën om groepen te laten participeren aan onder andere het culturele leven.



Onthaalbureaus

Een onthaalbureau organiseert inburgeringstrajecten voor nieuwkomers. Een inburgeringsprogramma bestaat uit diverse onderdelen: maatschappelijke oriëntatie, Nederlandse taallessen en loopbaanoriëntatie.



Vlaams Minderhedencentrum (VMC)

Het Vlaams Minderhedencentrum werkt als expertisecentrum op Vlaams niveau voor en met de integratiecentra, -diensten en onthaalbureaus, zie www.vmc.be.



Minderhedenforum

Het Minderhedenforum is de spreekbuis en belangenbehartiger van de etnisch-culturele minderheden in Vlaanderen en Brussel. Dit doet het in nauw overleg met de verenigingen van etnisch-culturele minderheden en hun federaties. Zie www.minderhedenforum.be.



Huizen van het Nederlands

Anderstalige volwassenen kunnen hier terecht voor informatie over het cursusaanbod Nederlands als tweede taal. Zij coördineren ook de testen en oriëntering van de cursisten naar het gepaste niveau en aanbod. Zelf organiseren ze geen cursus, maar sturen de mensen gericht door, zie www.huizenvanhetnederlands.be.



Centrum voor Gelijkheid van Kansen en Racismebestrijding

Het Centrum is een federale, openbare instelling die het bevorderen van gelijkheid van kansen en het bestrijden van uitsluiting als hoofdpoddracht heeft. Het Centrum treedt op als meldpunt voor discriminatie of racisme, zie www.diversiteit.be.



Steunpunt Allochtone Meisjes & Vrouwen (SAMV)

Het SAMV ijvert voor gelijke kansen voor allochtone meisjes en vrouwen, zie www.samv.be.



Vluchtelingenwerk Vlaanderen

Vluchtelingenwerk is een onafhankelijke, niet-gouvernementele organisatie die de belangen van de vluchteling en asielzoeker verdedigt. Zie www.vluchtelingenwerk.be.



RESOC

RESOC staat voor Regionaal Sociaaleconomisch Overlegcomité. De medewerkers van de RESOC's bieden onder andere professionele ondersteuning bij het opmaken en het opvolgen van een diversiteitsplan met betrekking tot het personeelsbeleid.



Sociale vertaal- en tolkdiensten

Diverse sociale vertaal- en tolkdiensten bieden taalondersteuning aan diensten en voorzieningen die een diversiteitsbeleid voeren.



Opvang voor asielzoekers

Asielzoekers worden in België opgevangen in opvangcentra of particuliere woningen via het plaatselijke OCMW.

Sociale Kaart:

Een overzicht van voorzieningen uit de welzijns- en gezondheidssector in Vlaanderen vind je via de Interprovinciale Sociale Kaart:
www.desocialekaart.be

ZELFORGANISATIES EN FEDERATIES

Provincie Antwerpen

- > Interprovinciale Sociale Kaart, www.desocialekaart.be
- > Netwerk in de provincie Antwerpen, www.provant.be/welzijn/gelijke_kansen/minderheden/netwerk

Provincie Limburg

- > Interprovinciale Sociale Kaart, www.socialekaart.be

Provincie Oost-Vlaanderen

- > Interprovinciale Sociale Kaart, www.desocialekaart.be

Provincie West-Vlaanderen

- > Interprovinciale Sociale Kaart, www.desocialekaart.be
- > Geactualiseerde omgevingsanalyse 2007, Provinciaal Integratiecentrum West-Vlaanderen, www.pic-wvl.be/docs/OA2007.pdf

Provincie Vlaams-Brabant

- > Interprovinciale Sociale Kaart, www.desocialekaart.be
- > Kleurrijke gids, www.vlaamsbrabant.be/minderheden

Brussels Hoofdstedelijk Gewest

- > Interprovinciale Sociale Kaart, www.desocialekaart.be
- > Sociale kaart van Brussel, www.sociaalbrussel.irisnet.be

INTEGRATIESECTOR

Provincie Antwerpen

- > De8 vzw, voor stad Antwerpen, www.de8.be
- > Prisma, voor de provincie Antwerpen, met regiohuizen in Lier, Mechelen en Turnhout, www.prismavzw.be
- > Gemeentelijke integratiediensten in de gemeenten Antwerpen, Boom, Lier, Mechelen, Mol, Turnhout, Willebroek

Provincie Limburg

- > Provinciaal Integratiecentrum Limburg, www.limburg.be/pric
- > Gemeentelijke integratiediensten in Beringen, Dilsen-Stokkem, Genk, Hasselt, Heusden-Zolder, Houthalen-Helchteren, Leopoldsburg, Lommel, Maasmechelen, Sint-Truiden

Provincie Oost-Vlaanderen

- > Intercultureel Netwerk Gent vzw , Groot-Gent, www.ingent.be
- > Oost-Vlaams Diversiteitscentrum vzw (ODiCe), www.odice.be, met Regiohuis Schelde en Dender te Dendermonde, Regiohuis Vlaamse Ardennen en Meetjesland te Ronse, Regiohuis Waasland te Sint-Niklaas

- > Gemeentelijke integratiediensten in Aalst, Gent, Hamme, Lokeren, Ronse, Sint-Niklaas, Temse en Zele

Provincie West-Vlaanderen

- > deSOM vzw, www.desom.be
- > Gemeentelijke integratiediensten in Brugge, Roeselare, Oostende, Kortrijk

Provincie Vlaams-Brabant

- > Provinciaal Integratiecentrum Vlaams-Brabant, www.vlaamsbrabant.be/pric
- > Gemeentelijke integratiediensten van Halle, Leuven, Vilvoorde

Brussels Hoofdstedelijk Gewest

- > Regionaal Integratiecentrum Foyer Brussel, www.foyer.be

RESOC

Provincie Antwerpen

- > RESOC Antwerpen, www.resocantwerpen.be
- > RESOC Kempen, www.resockempen.be
- > RESOC Mechelen, www.resocmechelen.be

Provincie Limburg

- > ERSV-RESOC Limburg, www.ersvlimburg.be

Provincie Oost-Vlaanderen

- > RESOC/SERR Gent en omgeving, www.resoc-grg.be
- > RESOC/SERR Meetjesland, leiestreek & Schelde, www.resocmls.be
- > RESOC/SERR Waas & Dender
- > RESOC/SERR Zuid-Oost-Vlaanderen, <http://www.resoc-grg.be/UPLOADS/documents/streekoverlegzov.pdf>

Provincie West-Vlaanderen

- > RESOC Zuid-West-Vlaanderen, www.ersv.be
- > RESOC Midden-West-Vlaanderen, www.ersv.be
- > RESOC Westhoek, www.ersv.be
- > RESOC Brugge, www.ersv.be
- > RESOC Oostende, www.ersv.be

Provincie Vlaams-Brabant

- > RESOC Halle-Vilvoorde, www.ersvvlaamsbrabant.be/pages/halle-vilvoorde.php
- > RESOC Leuven, www.ersvvlaamsbrabant.be/pages/leuven.php

Brussels Hoofdstedelijk Gewest

- > Brussels Nederlandstalig Comité voor Tewerkstelling en Opleiding, www.bncto.be

SOCIALE VERTAAL- EN TOLKDIENSTEN

Provincie Antwerpen

- > Stedelijke sociale tolkdiensten in de stad Antwerpen, Mechelen, Turnhout
- > Tolkdienst Provincie Antwerpen, www.provant.be

Provincie Limburg

- > Sociale tolkdienst Limburg, www.limburg.be

Provincie Oost-Vlaanderen

- > Tolk- en vertaalservice van het Provinciebestuur Oost-Vlaanderen, www.oost-vlaanderen.be
- > Tolk- en vertaalservice Gent (TGV), www.tgvgent.be

Provincie West-Vlaanderen

- > deSOM vzw - Sociaal tolkdienst, www.desom.be

Provincie Vlaams-Brabant

- > PaSTa, sociaal tolkdienst van provincie Vlaams-Brabant, www.vlaamsbrabant.be/welzijn-gezondheid/minderheden/sociale-tolken

Brussels Hoofdstedelijk Gewest

- > Sociaal Vertaalbureau van Brussel Onthaal vzw, www.sociaalvertaalbureau.be

ONTHAALBUREAUS VOOR ANDERSTALIGE NIEUWKOMERS

Provincie Antwerpen

- > Onthaalbureau Inburgering Antwerpen, voor de stad Antwerpen, <http://antwerpen.inburgering.be>
- > Onthaalbureau Inburgering Provincie Antwerpen, voor de provincie Antwerpen, <http://binnenland.vlaanderen.be/inburgering/onthaalbureaus.htm>

Provincie Limburg

- > Onthaalbureau Limburg, www.limburg.be/onthaalbureau

Provincie Oost-Vlaanderen

- > Kom Pas vzw, Groot-Gent, www.gent.be/integratiedienst
- > ONOV vzw, provincie Oost-Vlaanderen, www.onov.be

Provincie West-Vlaanderen

- > deSOM vzw - Onthaalbureau Inburgering, zitdagen in verschillende steden, www.desom.be

Provincie Vlaams-Brabant

- > Onthaalbureau Vlaams-Brabant met vestigingen in Leuven, Vilvoorde, Diest, Zellik, Halle, www.vlaamsbrabant.inburgering.be

Brussels Hoofdstedelijk Gewest

- > Inburgering Brussel, www.bonvzw.be

HUIZEN VAN HET NEDERLANDS

Provincie Antwerpen

- > Huis van het Nederlands Antwerpen, voor de stad Antwerpen, www.ntzantwerpen.be
- > Huis van het Nederlands Provincie Antwerpen, hoofdzetel te Mechelen en 13 locaties in de provincie Antwerpen, www.hvnprovant.be

Provincie Limburg

- > Huis van het Nederlands Limburg, www.limburg.be/huisvanhetnederlands

Provincie Oost-Vlaanderen

- > Huis van het Nederlands Gent, met 14 locaties in de provincie Oost-Vlaanderen, www.hvngent.be

Provincie West-Vlaanderen

- > Huis van het Nederlands West-Vlaanderen – zitdagen verspreid over de provincie, www.hvn-wvl.be

Provincie Vlaams-Brabant

- > Huis van het Nederlands Vlaams-Brabant, www.huisvlaamsbrabant.be

Brussels Hoofdstedelijk Gewest

- > Huis van het Nederlands Brussel, www.huisnederlandsbrussel.be

OPVANG VAN ASIELZOEKERS

Provincie Antwerpen

- > Opvangcentra in Arendonk, Broechem, Ekeren, Kapellen, Linkeroever en Lint.
- > Gesloten opvangcentrum in Merksplas, www.fedasil.be

Provincie Limburg

- > Opvangcentra in Lanaken, Overpelt en Sint-Truiden
- > Lokale opvanginitiatieven van de OCMW's

Provincie Oost-Vlaanderen

- > Opvangcentra Rode Kruis in Deinze, Eeklo en Sint-Niklaas

Provincie West-Vlaanderen

- > Opvangcentra Rode Kruis in Brugge, Menen, Wingene
- > De Refuge in Brugge, gesloten Centrum voor Illegalen
- > Vrijwilligerswerkingen in de provincie West-Vlaanderen, www.desom.be/pdf/publicaties/OA2007.pdf

Provincie Vlaams-Brabant

- > Lokale opvanginitiatieven (LOI) in verschillende steden en gemeenten in West-Vlaanderen

- > Federaal gesloten opvangcentrum in Steenokkerzeel, www.fedasil.be
- > Rodekruisopvangcentrum in Alseberg
- > Lokale opvanginitiatieven van OCMW's

Brussels Hoofdstedelijk Gewest

- > Federale open opvangcentra in het Klein Kasteeltje in Brussel, in Neder-over-Heembeek en Sint-Pieters-Woluwe
- > Rodekruisopvangcentra De Foyer en Foyer Selah in Brussel
- > Lokale opvanginitiatieven van de OCMW's

DOCUMENTATIE

Provincie Antwerpen

- > Provinciaal Documentatiecentrum Atlas, docAtlas, www.docatlas.be
- > Kleur bekennen, www.kleurbekennen.be

Provincie Limburg

- > Kleur bekennen, www.kleurbekennen.be

Provincie Oost-Vlaanderen

- > Wereldcentrum vzw, www.wereldcentrum.be
- > Vredeshuis, www.vredeshuis.be
- > Kleur bekennen, www.kleurbekennen.be

Provincie West-Vlaanderen

- > Kleur bekennen, www.kleurbekennen.be

Provincie Vlaams-Brabant

- > Kleur bekennen, www.kleurbekennen.be

Brussels Hoofdstedelijk Gewest

- > Kleur bekennen, www.kleurbekennen.be

10 gouden regels

1. Diversiteit is niet gelijk aan etnisch-culturele herkomst. p. 9
2. Werk stap voor stap in functie van de haalbaarheid. Wees bescheiden in je aanpak, maar streef ook naar aandacht voor diversiteit op lange termijn. p. 13
3. Zorg dat de aandacht voor diversiteit door de ganze organisatie wordt gedragen. p. 13
4. Maak je diversiteitsbeleid zichtbaar via diverse middelen: in je missie, beleidsplan, folder, website, activiteiten, ... p. 30
5. Herdenk je werking vanuit verschillende referentiekaders. Stel het westers discours in vraag. p. 37
6. Begin met een zelfanalyse: stel jezelf in vraag. Wie ontbreekt in je werking, is je organisatie inhoudelijk en fysisch toegankelijk? p. 21
7. Werken aan interculturaliteit is meer dan het organiseren van activiteiten: nestel je in een netwerk in. p. 24
8. Hou rekening met verschillende verwachtingen binnen een samenwerkingsproject. Verschillende sectoren, verschillende organisaties betekenen ook verschillende verwachtingen m.b.t. de evolutie en de resultaten. p. 29
9. Creëer een win-winsituatie waarvan elke partner beter wordt. p. 35
10. Zoek naar ontmoeting: naar aanknopingspunten, gemeenschappelijke elementen, herkenbare dagelijkse aspecten. p. 38

Geraadpleegde literatuur

Alle geraadpleegde websites werden vermeld doorheen de tekst in deze brochure. Daarnaast werd een beroep gedaan op:

- > de La Fontaine J., *Fables choisies*, Paris, Larousse, 1971.
- > Federale Overheidsdienst Economie, KMO, Middenstand & Energie, Ecodata.
<http://ecodata.mineco.fgov.be>
- > Hooper-Greenhill E. (ed.), *Cultural diversity: developing museum audiences in Britain*, London, Leicester University Press, 1997.
- > Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, *Actieplan Interculturaliseren*, Brussel, Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, 2006.
- > Pinxten R., Verstraete G., *Cultuur en macht: over identiteit en conflict in een multiculturele wereld*, Antwerpen, Houtekiet, 1998.
- > Ribbens K., *Het schijnbare houvast van een nationale historische canon. Geschiedenis en identiteit in de multiculturele samenleving.*
In: *Kleio*, 47 (2006).
- > Ribbens K., *Geschiedenis stopt niet bij de landsgrens*, februari 2005.
(verschenen in diverse Nederlandse regionale dagbladen)
- > Ribbens K., *De vaderlandse canon voorbij? Een multiculturele historische cultuur in wording.* In: *Tijdschrift voor geschiedenis*, 4(2004).
- > S.n., *1+1=3. (Samen)werken met allochtone verenigingen*, Antwerpen, de8 vzw, 2007.
- > S.n., *Access for All Toolkit*, MLA, 2004. http://www.mla.gov.uk/website/policy/Inclusion/MLA_Activity_on_Social_Inclusion
- > S.n., *How to... Develop a Community Profile*, MLA East Midlands, 2006.
<http://www.mlaeastmidlands.org.uk>
- > Saey P., Van Eeckhaut M., *Bemiddeling tussen cultuuruiting en publiek in cultuurhuizen. Van educatie naar bemiddeling*, Brussel, CultuurNet Vlaanderen, 2006.
<http://www.cultuurnet.be>
- > Provinciale seminaries *Cultureel erfgoed en culturele diversiteit*, 2006-2007.
(verslagen)
- > Vandebroeck M., *De blik van de Yeti. Over het opvoeden van jonge kinderen tot zelfbewustzijn en verbondenheid*, Utrecht, SWP, 1999.
- > Wegter I., *Smoezenboek*, Netwerk CS, 2006.
<http://www.netwerkcs.nl/page/8493/nl>



faro

Met succes van de
Nieuwe werkhoud



**Provincie
Limburg**



**Provincie
Overijssel**

**Provincie
Zuid-Holland**



**erfgoed
aanpak**