

OVER JONGEREN EN HUN ENGAGEMENTEN

Kwalitatieve studie over het engagement
van jongeren tussen 15 en 19 jaar in België.



*Cause I, I'm in love
With my future
Can't wait to meet her
And I, I'm in love
But not with anybody else
Just wanna get to know myself*
Billie Eilish, My Future

*On nous inflige
Des désirs qui nous affligent
On nous prend faut pas déconner dès qu'on est né
Pour des cons alors qu'on est
Foules sentimentales
Avec soif d'idéal
Attirées par les étoiles, les voiles*
Alain Souchon, Foule Sentimentale

Inleiding	4
Methodologie	6
1 Waarden en overtuigingen	10
2 Collectief en individueel: de drivers voor engagement	20
3 Context, relaties en levensloop bepalen engagement	24
4 Verschillende vormen van engagement	32
5 De ambivalente relatie met digitaal engagement	44
6 Maatschappelijk bewust maar niet politiek	50
7 De bubbels van engagement	56
8 Struikelblokken voor engagement	62
9 Stimuli voor engagement	70
Besluit	76

Inleiding

In opdracht van Kruit en Annoncer La Couleur, de programma's voor wereldburgerschapsonderwijs binnen het Belgisch ontwikkelingsagentschap Enabel, ging Méthos in debat met 33 jongeren tussen 15 en 19 jaar over maatschappelijk engagement. De recente, kwantitatieve studies van Kruit en Annoncer La Couleur over de persoonlijke en maatschappelijke waarden van jongeren, berichtten over een eerder passieve houding van jongeren t.o.v. mens en maatschappij¹. Dit beeld wordt versterkt wanneer gepeild werd naar hun intensieve en langetermijn inzet. Aan de andere kant vangen Kruit en Annoncer La Couleur berichten op over het sterke maatschappelijk bewustzijn van jongeren. Hoe vallen deze schijnbare tegenstrijdigheden te rijmen? Kruit en Annoncer La Couleur beslisten om jongeren zelf aan het woord te laten over hun maatschappelijk engagement. Enkel op die manier krijgen we een direct en ongefilterd beeld van wat het vandaag betekent om geëngageerd te zijn.²

Vandaar dus de keuze om in kleine online groepen met jongeren te debatteren over hun activiteiten en initiatieven, maar evenzeer over waarden en overtuigingen, hun ervaringen en perspectieven, gelinkt aan maatschappelijke thema's.

Want zoals Kruit en Annoncer La Couleur opmerkten, er beweegt wel wat. De voorbije jaren stonden – niet alleen in België maar ook wereldwijd – in teken van een sterk maatschappelijk bewustzijn waarbij jongeren een prominente plaats innamen, niet zelden aangespoord via sociale media. De klimaatmarsen, *#metoo* en de *Black Lives Matter* beweging vormen recente voorbeelden van zulk maatschappelijk bewustzijn. Maar ook minder zichtbare vormen van vrijwillige inzet blijven groeien. Dat duizenden jongeren zich wekelijks via het jeugdwerk of middenveldorganisaties inzetten, is op zijn minst opzienbarend te noemen.

Daar tegenover staan de doemverhalen en de empirische studies zoals deze van Kruit en Annoncer La Couleur. Jongeren

1 De studies zijn raadpleegbaar op de websites van Kruit en Annoncer La Couleur.

2 In een gelijkaardig onderzoek voor Plan International België, gelijktijdig uitgevoerd door Méthos, graven we dieper in het thema van maatschappelijk engagement en stellen we de vraag naar de wijze waarop jongeren zich vandaag mobiliseren voor internationale solidariteit.

zouden zich minder dan vroeger engageren voor maatschappelijke kwesties. Dat baart academici, beleidsmakers, jeugdwerkers, NGO's etc zorgen. De bezorgdheid hierover vloeit voort uit het feit dat maatschappelijk engagement bij jongeren wordt beschouwd als een voedingsbodempol voor een politiek en democratisch bewustzijn³ ⁴. De reden voor de bezorgdheid: empirische studies tonen keer op keer het lage vertrouwen van jongeren in het politieke systeem en zijn actoren⁵. Ook de recente studie van Annoncer la Couleur en Kruit duiden op een totaal gebrek aan vertrouwen tussen jongeren, de overheid en politici⁶.

Dit onderzoeksproject tracht deze paradoxale situatie waarbij jongeren ofwel als geëngageerd en actief beschouwd worden, ofwel niet-geëngageerd en passief en wantrouwig achterwege te laten en in alle openheid het maatschappelijk engagement van jongeren te observeren, los van succesverhalen of doemscenario's. Het doel is om jongeren zelf aan het woord te laten over hun engagementen (of geen engagementen) en te luisteren naar hun narratief, naar de betekenis die zij geven aan hun acties en overtuigingen. We bespreken motivaties maar evenzeer drempels. We gaan dieper in op de rol van het digitale. We identificeren de voorwaarden die engagement mogelijk maken en onderzoeken de link tussen maatschappelijk engagement en de traditionele politieke arena. Op die manier krijgen we een beter beeld van hoe de nieuwe manifestaties van engagement geïnterpreteerd moeten worden en krijgen we een beter begrip en inzicht in het "aanwezigheidsgehalte" van jongeren rond maatschappelijke kwesties.

Maatschappelijk engagement van jongeren valt moeilijk vast te pakken. Het situeert zich in een specifieke zone in de leefwereld van jongeren, buiten het professionele regime, het commerciële en de context van de vrijetijdsbesteding, maar is er ook mee gelinkt. Bovendien kent maatschappelijk engagement veel zichtbare vormen, denk maar aan een protest of aan vrijwilligerswerk. Dat terwijl ook minder zichtbare componenten een sterke vorm van engagement kunnen tonen, bijvoorbeeld vegetarisme. Daarom leggen we in de definiëring van engagement niet enkel de nadruk op de openbare of zichtbare componenten van engagement maar ook op de individuele initiatieven. We definiëren maatschappelijk engagement bij jongeren als de *individuele en collectieve acties die erop gericht zijn maatschappelijke kwesties aan te pakken*⁷.

3 Cahill, H. & Babak, D. (2018). Re-conceptualising youth participation : A framework to inform action. *Children and Youth Services Review*. (95), 243-253. <https://doi.org/10.1016/j.chidyouth.2018.11.001>

4 Hooghe, M., & Boonen, J. (2015). Youth Engagement in Politics : Generational Differences and Participation Inequalities. In : Thijssen, P., Siongers, J., Van Laer, J., Haers, J., & Mels, S. (2015). *Political Engagement of the Young in Europe. Youth in the crucible* (pp. 13-28). Abingdon : Routledge.

5 Voor een overzicht, zie Siongers, J., Keppens, G., Spruyt, B., & Van Droogenbroeck, F. (2019). On the digital lane to citizenship ? Patterns of internet use and civic engagement amongst Flemish adolescents and young adults. *Journal of Social Science Education*, 18(2), 67-86. <https://doi.org/10.4119/J SSE-90>

6 Zie Annoncer la Couleur (2019). *Ce qui mobilise les jeunes. Valeurs, centres d'intérêt et positionnements des jeunes en Fédération Wallonie-Bruxelles. Résultats du sondage effectué auprès de 500 jeunes de 14 à 19 ans. Sondage effectué par institut d'études Dedicated commandée par Annoncer la Couleur (Enabel), Bruxelles : Enabel*. 63% van de ondervraagde jongeren heeft geen of weinig vertrouwen in de overheid, 69% heeft geen tot weinig vertrouwen in politici.

7 Delli Carpini, M. "Civic Engagement". APA.Org. American Psychological Association, n.d. Web 17 November 2020.

Methodologie

Kwalitatief onderzoeksopzet

Na de kwantitatieve studies van Annoncer la Couleur en Kruit rond het engagement en de waarden van Belgische jongeren, is een kwalitatieve studie aangewezen om meer diepgang te genereren in het thema. Een kwalitatief onderzoeksopzet is de uitgelezen methode om de doelgroep (hier: jongeren tussen 15 en 19 jaar oud) te horen over hun engagementen en de betekenis die ze hieraan verlenen. Het schept de ruimte om ook hun leefstijlen, interacties, interesses van dichtbij te observeren. Het geeft jongeren een platform om in alle openheid en vertrouwen te vertellen over hun ervaringen, motivaties, drempels en opinies.

In kleine groepjes

Gezien het thema opteren we ervoor om jongeren in debat te laten treden in kleine groepjes (4

à 5 deelnemers). We creëren een veilige plek waar ze ongestoord elkaars mening leren kennen en actief bijdragen aan de vragen die hen gesteld worden.

Met vrienden of kennissen

Om de drempel nog te verlagen en het gesprek zo vlot mogelijk te laten verlopen, vormen de debatgroepjes ook vriendengroepjes. De jongeren kennen elkaar. De groepsdynamiek moet niet van nul opgebouwd worden. De jongeren kunnen ook terugvallen op gedeelde ervaringen én tezelfdertijd ook andere ervaringen hebben. Dit voedt de discussie.

Coronaproof via Zoom

De debatten gingen online door gezien de coronamaatregelen op het moment van de debatten. Eén debatgroep vond plaats op locatie (in openlucht). We bouwden het online debat zo op dat er

voldoende ruimte was voor kennismaking, interactie en oefeningen. Gezien de ervaring van jongeren met online platformen was er geen sprake van onwennigheid of moeilijkheden. Een discussiegids vormde de leidraad voor het gesprek. Elk debat duurde ongeveer twee uur.

Rekrutering

De selectie van de deelnemende jongeren werd stapsgewijs opgebouwd. Een literatuurverkenning lag aan de basis om het brede universum van maatschappelijk engagement te bundelen tot zeven overkoepelende vormen van engagement. Binnen deze vormen werden organisaties en/of jongeren gecontacteerd via onze netwerken, via de netwerken van het jongerenkernteam, via de netwerken van Annoncer la Couleur en Kruit. Zo werd een selectie van jongeren weerhouden die een grote diversiteit

aan engagementen weerspiegelen. Bovendien gingen we ook in gesprek met twee groepen van jongeren die op het eerste gezicht geen actieve inzet tonen voor maatschappelijke kwesties (zie kader). Naast de specifieke vormen van engagement, hielden we ook rekening met vier overige selectiecriteria: leeftijd, geslacht, woonplaats (zowel jongeren uit grootsteden als kleinstedelijke gebieden) en sociaal-culturele achtergrond.

Negen debatgroepen:

Groep 1: Engagement via school/schoolprojecten

Groep 2: Engagement via het jeugdwerk

Groep 3: Engagement via middenveldorganisaties

Groep 4: Engagement via jeugdwelzijnswerk

Groep 5: Engagement via bottom-up burgerinitiatieven

Groep 6: Engagement via online kanalen

Groep 7: Engagement via individuele initiatieven

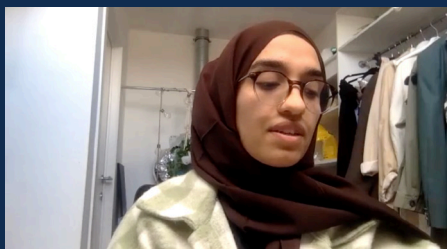
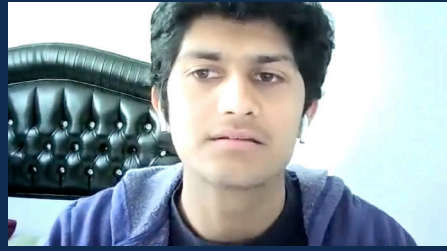
Groep 8 en 9: Actieve inzet voor maatschappelijke kwesties op het eerste gezicht niet aanwezig.

De debatten vonden plaats tussen 12 april en 16 mei.

Het jongerenkernteam

Een project rond jongeren vraagt een nauwe samenwerking met jongeren. Méthos gaat participatief te werk en vindt het belangrijk om de stem van jongeren te horen, niet enkel tijdens

debatten maar ook in de beslissingen die 'achter de schermen' gemaakt werden. Een kernteam van vier jongeren ("le groupe de 4") besprak samen met ons alle stappen gedurende de looptijd van het onderzoek.



1

*Waarden &
overtuigingen*

Bewustzijn rond de wereld waarin ze opgroeien

De klimaatmarsen, Greta Thunberg, Black Lives Matter, de vluchtelingen-crisis, de '#Me too'-beweging: alle ondervraagde jongeren, zijn vertrouwd met die fenomenen. Ze groeiden ermee op. De enorme media-aandacht voor die bewegingen heeft een grote impact gehad op hun leven.

Ze informeerden zich via verschillende kanalen, zoals sociale media (met name Instagram en Facebook), tv en radio. De gebruikers van sociale media hebben het over 'modetrends' in de onderwerpen die op bepaalde momenten populair zijn en waarover dan ook offline wordt gesproken (ook onder wie minder op de sociale media actief is).

Denk maar aan het conflict tussen Israël en Palestina, de bosbranden in Australië, de dood van Georges Floyd, ... Die actuele onderwerpen kunnen jongeren stimuleren om bij te leren en meer te weten te komen door, bijvoorbeeld, in te loggen op specifieke accounts op Instagram zoals feministische accounts (Coucoulesgirls, Shera Kerienski), accounts die voor cultuur op de barricades staan (Charlie Rano en de bezetting van culturele locaties in Frankrijk tijdens de lockdown), ...

Het vergaren van kennis rond politieke en maatschappelijke thema's die op dat moment actueel zijn, wordt ook gestimuleerd in de lessen geschiedenis, aardrijkskunde, filosofie en maatschappelijke oriëntatie. De klimaatopwarming komt ook aan bod in de lessen aardrijkskunde in het middelbaar onderwijs. Het thema 'intimidatie' wordt ter sprake gebracht in de lessen filosofie en maatschappelijke oriëntatie. Oorlogen en conflicten worden opgevolgd in de les-

"Ik heb veel geleerd op sociale media. Ik volg nu de juiste mensen en die maakten me bewust van bepaalde dingen."

(de 17-jarige Xénia uit Bergen)

sen geschiedenis. Bio-ethiek is dan weer meer iets voor universiteitsstudenten. Veel jongeren die we ontmoeten, bevestigen dat de lessen op school of aan de universiteit hun interesse in maatschappelijke thema's hebben gewekt. Hun visie en opinie werden verder gevormd tijdens gesprekken en tijdens hun verkenningsstochten en uitwisselingen op de sociale media.

Ze hebben allemaal een uitgesproken mening

Los van de mate waarin ze zich actief inzetten, geven alle jongeren die we ontmoeten uiting aan hun verontwaardiging rond een of meer maatschappelijke thema's. Ze geven een persoonlijk oordeel en nemen een standpunt in dat duidelijk maakt dat het niet alleen gaat om 'ver-van-mijn-bed' thema's waarmee ze niets te maken hebben, maar dat ze zich wel degelijk geraakt voelen. Ze hebben hun 'eigen mening', gaan 'niet akkoord' en 'storen' zich aan bepaalde dingen. Naarmate ze zich bewuster worden van een bepaalde realiteit, wordt hun oordeel scherper en reageren ze emotioneler: met afschuw, woede of droefheid als het gaat om o.a. racisme of seksuele intimidatie. 'Zoiets vind ik onvoorstelbaar', 'Ik walg ervan', 'Ik voel dat vanbinnen', 'Dat doet me pijn'. Die emoties zijn vaak het gevolg van onbegrip. Onbegrip ten overstaan van datgene wat ze te weten komen: oorlogen en geweld op verschillende plaatsen in de wereld en in de geschiedenis, vernielingen, martelingen, moordpartijen door machthebbers en haat.

Zo kunnen ze een kritische kijk ontwikkelen op de erfenissen uit het verleden die hun leven nog steeds beïnvloeden, maar die niet door hun generatie werden bewerkstelligd en waartegen ze een standpunt innemen. Zo zien ze christelijke liefdadigheid als een traditie die ongelijkheden in stand houdt en school

als een elitaire en normerende instelling die iedereen uitsluit die 'niet in een hokje past'. Anderen veroordelen de huidige paradoxen die door de media worden uitgespeeld: de ongelijkheden die door de gezondheids crisis nog groter werden, de sluiting van culturele locaties, het gebrek aan steun voor kunstenaars, ...

De ondervraagde jongeren zeggen dat ze op dit punt in hun leven 'bewust' worden. Naarmate ze zich een mening vormen, voelen ze zich betrokken bij maatschappelijke kwesties die hen storen en voelen ze de drang om in actie te komen en 'iets te doen'. Uitingen van die behoefte: de klimaatmarsen die later werden gezien als een samenvoeging van jongeren die hun ongenoegen uiten over een thema dat door de vorige generaties werd verwaarloosd.

Anders dan de generatie van hun ouders

De verschillende groepen die we ontmoeten, geven aan dat ze behoren tot een generatie die het anders wil en die zich meer bewust is van de wereldproblemen dan hun ouders. Ze voelen zich meer verantwoordelijk en zien zichzelf als diegenen die het doen en laten en de perceptie van hun ouders zullen veranderen. Het zijn zij die hen stimuleren om afval te sorteren en minder vaak in de auto te stappen.

Het zijn zij die hun ouders wijzen op de klimaatopwarming, op feministische belangen, op de gendertheorie. Sommigen vinden de uiteenlopende standpunten binnen hun gezin vermakelijk: enerzijds zijn er hun dagelijkse inspanningen voor het welzijn van de planeet, anderzijds tonen hun ouders een zekere nonchalance.

"Ik heb feminisme aan mijn ouders uitgelegd." (de 16-jarige Léa uit Bergen)

Thema's waarvoor ze gevoelig zijn en die hen van levensstijl doen veranderen

De wil om bepaalde waarden te verdedigen, wordt soms aangewakkerd door concrete gebeurtenissen die ze zelf hebben meegemaakt. Een jongere vertelt hoe moeilijk ze het vindt om op school te vertellen dat ze lesbisch is. Een ander meisje vertelt hoe ze rond de leeftijd van 12-13 jaar werd lastiggevalen en werd gestimuleerd om er vrouwelijk uit te zien terwijl haar lichaam nog in volle ontwikkeling was. Nog een ander meisje vertelt over een onmogelijke liefde tussen haar als zwarte en een welgesteld blank vriendje (een ervaring van latent racisme). De ondervraagde jongeren werden stuk voor stuk – zij het in verschillende mate – geconfronteerd met uitdagingen rond 'aanvaard worden' en 'voor jezelf opkomen' op school en binnen de groepen waartoe ze behoren. Ze spreken vol verontwaardiging en droefheid over het onderscheid dat wordt gemaakt en de hokjesmentaliteit die ongelijkheden en frustraties in de hand werkt. Ze pleiten allemaal voor een ideaal van gelijkheid, verdraagzaamheid, uitwisseling, solidariteit en inclusie.

Bepaalde gebeurtenissen zogen voor méér dan een bewustwording. Ze leiden tot gedragsveranderingen: soms op het niveau van het individu, maar soms ook

meer groepsgebonden. Ze blijven hoe dan ook niet zonder gevolgen en geven hen een nieuwe kijk op de wereld om hen heen.

Alle jongeren die we ontmoeten hebben ergens voeling met ecologie en zetten hun overtuiging op een heel 'logische' manier in de praktijk om: afval sorteren 'zoals iedereen', minder vlees eten, minder plastic verbruiken en vaker de fiets nemen.

Elkaar helpen, delen en weggeven (schenking van gebruikte computers of tweedehandskledij, dieren adopteren) zijn gevaloriseerde praktijken die ze opmerken bij leerkrachten, in hun vereniging of gezin en die ze zich met plezier eigen maken.

De dagelijkse praktijken en gewoonten van jongeren worden ook beïnvloed en bijgestuurd wanneer ze zich betrokken voelen. Over feminisme en genderidentiteit, bijvoorbeeld, vinden ze het hun plicht zich te informeren en bij te leren. Ze komen ook op voor genderexpressie. Denk maar aan vestimentaire vrijheid (zo moeten jongens, bijvoorbeeld, een rok mogen dragen).

"Ik beïnvloed liever mensen dicht bij mij. Tegen mijn blanke vrienden zal ik vriendelijker zijn. Zodat ze zien dat niet elke zwarte man hetzelfde is. Zelfs in de metro ben ik supervriendelijk om te tonen dat niet alle zwarten hetzelfde zijn. Om te laten zien dat niet elke zwarte man drugs gebruikt of een crimineel ofzo is." (de 19-jarige Tshami uit Anderlecht)

"Op onze leeftijd begin je te beseffen met welke ongelijkheden we te maken krijgen." (de 16-jarige Léa uit Bergen)

"Ik kan me daarover erg opwinden omdat ik beseff dat ik bij het zien van iemand me ook wel eens durf af te vragen waar die persoon zijn of haar roots liggen. Terwijl dat er helemaal niets toe doet en het niets verandert. Ook ik krijg me racisme te maken, en niet op de goede manier." (de 15-jarige Maëlle uit Bergen)

"Misschien kunnen we elkaar meer helpen. Niet aan de tegenslagen van anderen denken, is egoïstisch. Misschien komen we later zelf wel in die situatie terecht! Als we niemand helpen, zal niemand ons helpen." (de 17-jarige Audrey uit Charleroi)

Verontwaardiging leidt niet noodzakelijk tot engagement

Hoewel jongeren zich er behoorlijk aan kunnen ergeren, vertalen de maatschappelijke aspecten waartegen ze revolteren zich niet noodzakelijk in concrete engagementen.

Wanneer ze worden geconfronteerd met ongelijkheden, maatschappelijke polarisatie, racisme, seksisme, discriminatie of homofobie (al die thema's kwamen in de gesprekken aan bod),

weten de ondervraagde jongeren niet altijd hoe ze moeten reageren en wat ze moeten doen. De problemen zijn talrijk, omvangrijk en dus ook ongrijpbaar 'op hun niveau'.



Jongeren kunnen de wereld veranderen

Als het gaat om thema's waarover ze verontwaardigd zijn, is iedereen het erover eens dat het anders moet. De wereld moet veranderen, en jongeren kunnen daarin een belangrijke rol spelen. De ondervraagde jongeren hebben het gevoel deel uit te maken van een generatie die krachtig en vastberaden durft reageren (de klimaatmarsen hebben dat aangetoond). Ze hebben vertrouwen in die generatie en haar doelgerichtheid. 'Wie zal het anders doen?'

'Er is maar een vonkje nodig,' verklaart de 17-jarige Hélène uit Luik na een sit-in op haar middelbare school als protest tegen de avondklok. De jeugd zit boordevol energie om dingen te veranderen en staat klaar om zich aandienende engagementen op te nemen.

Het geloof in de kracht van de jeugd wordt gevoed door de veranderingen die effectief hebben plaatsgevonden. Veranderingen die ze op hun niveau en met name op school konden vaststellen. Daar is informatie over intimidatie beschikbaar. Daar is ruimte voor genderexpressie en mogen mensen voor hun seksuele voorkeur uitkomen. Veranderingen op politiek niveau ook. Zo leeft het gevoel dat er met name na de klimaatmarsen misschien meer naar de jeugd zal worden geluisterd. Hun optimisme rond hun vermogen om

de wereld te veranderen, wordt tot slot ook ingegeven door de overtuiging dat hun generatie kinderen anders zal opvoeden dan de vorige. Sommigen zien hun latere leven al voor zich en weten dat ze hun kinderen anders zullen opvoeden: met respect voor de gelijkheid tussen mannen en vrouwen en met respect voor het milieu, bijvoorbeeld. Opvoeding is een manier om 'fouten te herstellen'.

We moeten het geloof in de jongeren echter nuanceren en aftoetsen aan wat jongeren aanklagen als structurele en permanente tekorten. Zo vinden ze dat beleidsmensen te weinig naar jongeren luisteren. Hoewel jongeren in het veranderen van de wereld een centrale rol kunnen spelen, en hoewel ze tegenwoordig méér worden gehoord, blijft het een uitdaging om te worden gehoord. De klimaatmarsen worden hierbij als voorbeeld aangehaald: vooraanstaande beleidsmakers als Charles Michel hebben na de marsen 'niets' ondernomen. Ook de gezondheids crisis wordt als voorbeeld geciteerd. Er is veel te laat beseft hoe moeilijk jongeren het hadden.

"Ik weet dat mijn ecologische overtuigingen iets zwaarder doorwegen dan mijn socialistische. Ik zeg de hele tijd dat de wereld moet veranderen." (de 19-jarige Keren uit Jette)

"Armen worden steeds armer en rijken steeds rijker. Dat kan niemand onverschillig laten." (de 17-jarige Eléonore uit Luik)

"Ik wijs mijn ouders op financiële ongelijkheden, maar op het einde van de rit tracht ik dingen te doen voor het leefmilieu en laat ik anderen bijna aan hun lot over." (de 19-jarige Keren uit Jette)

"Naarmate ik ouder word, vind ik me steeds vaker op over onverschilligheid. (...) Iedereen weet het, maar er gebeurt niets. Het lijden van anderen kan mensen zó onverschillig laten." (de 17-jarige Rachel uit Charleroi)

"Wij kunnen de wereld veranderen.... als was het maar omdat we de oudere generaties opvolgen. Bij ons wordt het anders." (de 18-jarige Lotte uit Herentals)

LOVE
OUR
PLANET

THE WORLD
IS GETTING
WARMER
THAN
JACK GABLER

NOT US
WHO?

WHEN
STOP
OBAMA

2

Collectief en individueel: de drivers voor engagement

De grote, maatschappelijke kwesties waarvoor de jongeren zich inzetten (bvb gendergelijkheid of discriminatie) vormen het filosofische kader waarbinnen nagedacht wordt over de samenleving en haar uitdagingen. De jongeren plaatsen hun engagement niet zozeer vanuit deze grote kwesties. Ze vertrekken vanuit concrete gebeurtenissen die hen op persoonlijk vlak raken. Vaak volgt een impulsieve en/of emotionele reactie op concrete gebeurtenissen. Ze voelen zich verontwaardigd. Ze schuwen hierin het sensationele niet en zijn ontvankelijk voor bondige, wervende statements zoals quotes of citaten (die dan gedeeld worden via sociale media).

Het discours dat de jongeren opbouwen rond hun engagement gaat al geruime tijd voorbij aan het idee van altruïsme. De jongeren hebben geen last van het *huisvrouwensyndroom* waarbij ze in stilte en onbezoldigd altijd paraat staan voor anderen⁸. Het discours dat de jongeren vandaag gebruiken om hun engagement te kaderen, kan best omschreven worden als reflexief handelen. Welke acties ze ook ondernemen, volgen of steunen, het engagement wordt doorzocht. Het betekent niet dat het achterliggend denkkader steeds gegrond is in grootse maatschappijtheorieën, ook oppervlakkige redenen kunnen aan de basis liggen voor engagementen. Het betekent wel dat er in de meeste gevallen expliciete keuzes gemaakt worden op basis van argumenten.

Als we kijken naar wat de jongeren drijft in hun engagementen, zien we een sterke wil om een stempel achter te laten bij anderen, hoe klein ook. "Goed doen" is dus niet voldoende of zelfs niet aan de orde wegens te vaag of te gratis. Er moet meer gebeuren: er moet betekenis en relevantie schuilen in wat ze doen. Vrijblijvendheid werkt niet. Enkele voorbeelden:

- Kennis, verdieping, bewustzijn vergroten bij anderen en argumenten aanreiken. Vaak door het delen en posten van informatie op sociale media.
- Anderen een betekenisvolle vrije tijd bezorgen.
- Initiatieven en acties op poten zetten met expliciete doelstellingen.
- Andere jongeren overtuigen via specifieke acties (bvb sit-ins).

“Toen ik dat hoorde van die moord op die man door een aantal jongeren. Ik vond dat kei-erg, ik heb dat direct gedeeld.” (de 17-jarige Justine uit Maldegem)

Los van wat de jongeren willen bewerkstelligen bij anderen, willen ze ook *zelf* groei ervaren. De engagementen die ze aangaan of opzetten, moeten hen (ideaaliter) helpen om zichzelf verder te ontwikkelen. De kennis en vaardigheden die ze opdoen, helpen bij hun zelfontplooiing en dragen bij tot wie ze zijn.

In die zin zien ze hun engagement als een volwaardig leerproces dat hen in hun verdere engagementen en zelfs in hun verdere (professionele) leven kan helpen. De wil om groei te ervaren en wat de jongeren bij anderen willen teweeg brengen moeten als twee nevenschikende zaken begrepen worden. Het ene is dus niet belangrijker dan het andere.

De competenties die de jongeren (idealerweise) wensen op te bouwen en die volgens hen geïncorporeerd zijn in een engagementstraject, zijn de volgende:

- **Sociale competenties:** vaardigheden om in groep te werken, sociale relaties aangaan buiten de familiale sfeer en vriendengroep, kennis van groepsdynamiek.
- **Culturele competenties:** kennis van de ander, cultureel bewustzijn, in vraag stellen van overtuigingen.
- **Persoonlijke competenties:** een volwaardig persoon worden, zelfvertrouwen, tevredenheid over zichzelf.
- **Cognitieve competenties:** organisatorische en communicatieve vaardigheden.
- **Politieke competenties:** begrip van functioneren van het democratisch systeem, kritisch bewustzijn.

“De opiniestukken die ik schrijf krijgen niet veel likes, soms 1 of 2. Maar dat is niet erg want ik verander er door.”

(de 22-jarige Hamsa)



3

Context, relaties en levensloop bepalen engagement

Maatschappelijk engagement en de inzet van jongeren worden vaak als een binair gegeven beschouwd: je zet je in of je zet je niet in; je doet vrijwilligerswerk of je doet het niet. Door op deze binaire manier naar engagement te kijken, merken we de *levende* dimensie van engagement niet op. Jongeren zetten zich in tussen studies, hobby's, vrienden en andere verantwoordelijkheden door. Meer nog, hun engagementen zijn hier vaak mee verbonden en niet afgebakend van hoe jongeren leven, feesten, werken en studeren.

Maatschappelijk engagement bij jongeren zien we dus best als een *proces* dat gesitueerd is in een bepaalde context, dat relationeel is en gelinkt aan de individuele levensloop⁹.

Gesitueerd in een bepaalde context

Engagement vindt niet plaats in een vacuüm, het is sterk gelinkt aan wat er op de maatschappelijke agenda staat of wat bestaande structuren (school, jeugdwerk, verenigingen,..) aanbieden. Zo vormen de protesten na de moord op George Floyd en de Black Lives Matter beweging een aanleiding voor Natalia, Justine en Zuri om zich te verdiepen in issues als structureel racisme. Of krijgen we van Wannes, Lotte, Emma, Tess en Ella het verslag van de inleefreis naar Senegal, via een partnerschap tussen Broederlijk Delen en hun school. In Senegal werd er met lokale jongeren een Jongerenforum georganiseerd waarbij de klimaatcrisis één van de discussiethema's vormden. Een ander voorbeeld is dat van Driss, Aleksander en Wim. Zij zetten zich in bij LAMA. Deze organisatie werkt met kinderen en

jongeren uit kwetsbare thuissituaties. De motivaties, de inzet en de werkwijze van de jongerenvrijwilligers worden sterk bepaald door de doelstellingen en de werking van de organisatie.

Relationeel

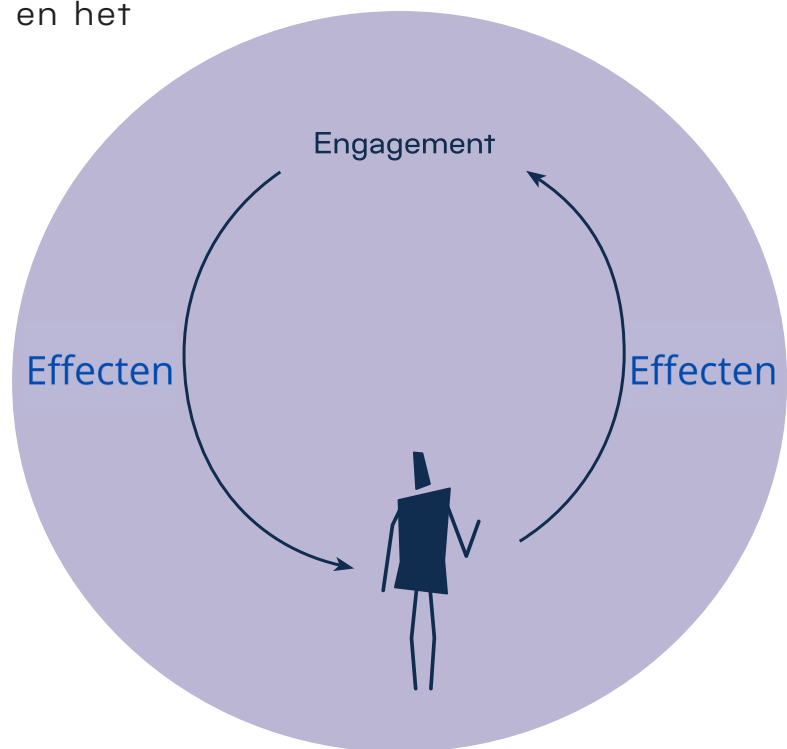
Engagement staat nooit op zich maar bouwt verder op bestaande en/of nieuwe sociale relaties. Die relaties kunnen diepgaand zijn en ver teruggaan in de tijd maar kunnen ook via oppervlakkige sociale verbanden tot stand komen, bijvoorbeeld via sociale media. Telkens weer blijkt dat omgeven zijn door *like-minded* people engagement stimuleert. Engagement vindt dus niet noodzakelijk plaats in hechte vriendengroep. Belangrijker is dat een groep op een gelijkaardige manier denkt over maatschappelijke kwesties. De informatiebubbels op sociale media zijn hiervoor een dankbaar gegeven waar de jongeren niet alleen bewust van zijn maar ook inzetten in de ontwikkeling van hun engagement.

Gelinkt aan individuele levensloop

Engagement valt niet uit de lucht. Het vloeit voort uit het dagelijks leven van jongeren: de plek waar ze wonen, de school, wat ze in hun vrije tijd ondernemen... het zijn voorbeelden van elementen die hun engagement kunnen beïnvloeden. Maar ook op persoonlijk vlak kunnen uitdagingen, moeilijke momenten, internationale ervaringen of religie kunnen engagement sturen. Activiteit -en, ideeën en initiatieven groeien deels ook uit individuele ervaringen (klein of groots) en wat er op hun levenspad belandt.

⁹ Zie ook Cahill, H. & Babak, D. (2018). Re-conceptualising youth participation: A framework to inform action. *Children and Youth Services Review*. (95), 243-253. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2018.11.001>

Engagement is dus steeds ingebed, staat nooit op zich. Het vloeit voort uit het dagelijks leven en is sterk gelinkt aan de levenservaringen van de jongeren. Toch kneden niet enkel levenservaringen van jongeren hun engagement: de relatie is vaak wederkerig. Dit impliceert dat de engagementen van jongeren ook vaak hun verdere levensloop beïnvloeden. Zo worden schoolkeuzes, studiekeuzes, vriendengroepen, vrije tijd maar ook andere engagementen én persoonlijk consumptiegedrag (bijvoorbeeld tweedehands, lokaal en ecologisch kopen) in sommige gevallen gestuurd door eerdere engagementen. Engagement geeft tot op zekere hoogte richting, werkt oriënterend en het versterkt.



Engagement als onderdeel van de identiteitsconstructie

Naast deze wederkerige relatie tussen engagement en de individuele levensloop van de jongeren, heeft maatschappelijk engagement ook een sterke identiteitsvormende component. De jongeren – die sowieso al in een belangrijke identiteitsvormende fase zitten – gebruiken hun engagementen om zichzelf op de kaart te zetten, om zichzelf te ontwikkelen, om zichzelf te onderscheiden van anderen. Maatschappelijk engagement maakt het de jongeren duidelijk dat ze individuele keuzes hebben maar ook rechten, doelen en verantwoordelijkheden.

Vandaag hebben jongeren – meer dan enkele decennia terug – de mogelijkheid om zelf hun levensloop samen te stellen¹⁰. Traditionele mechanismen (zoals religie, het kerngezin, rigide arbeidsmarkt, etc) die het (maatschappelijk) leven tot voor kort sterk bepaalden, hebben plaats gemaakt voor een meer individuele invullingen van de levensloop waarbij jongeren zelf keuzes kunnen maken en richtingen uitgaan.

Jongeren stellen hun biografie dus (gedeeltelijk) zelf op, op basis van elementen uit de digitale cultuur, vrijetijdsbesteding, studies, de commerciële culturen. **Ook maatschappelijk engagement hoort hierbij. In de *do-it-yourself-biography*¹¹ maken jongeren keuzes met directe gevolgen voor hun individuele identiteitsconstructies.** Doorheen de interviews blijkt hoe sterk jongeren hun engagementen “gebruiken” om zich als individu, als persoon op de kaart te zetten. Hun engagement geeft bevestiging en erkenning aan hun individualiteit, geeft betekenis en zingeving. Het reflecteert hun individuele waarden, hun keuzes en hun individualiteit.

Dit impliceert niet dat engagement steeds diepgaand en serieus is. De jongeren doen wat ze doen met veel humor, met een kwinkslag of soms om oppervlakkige redenen of om redenen die op het eerste gezicht weinig met engagement te maken hebben.

¹⁰ Dit impliceert niet dat het individu plots volledig “vrij” keuzes kan maken, structurerende mechanismen zoals opleidings- en inkomensniveau bepalen nog voor een groot stuk onze levensmogelijkheden en kansen.

¹¹ Beck, U. & Beck-Gernsheim, E.(1996). Individualization and 'precarious freedoms': perspectives and controversies of a subject-orientated sociology, pp. 23-48 in :HEELAS, P., S. LASH & P. MORRIS (red.), Detraditionalization. Oxford :Blackwell Publishers

“Eigenlijk zijn het de cool kids die in de werkgroep sociaal zitten. Het is al van het derde middelbaar dat we denken van, ok daar moeten we bijzitten. Alle leuke mensen zitten in die groep, allé de mensen die wij beschouwen als populair.” (de 17-jarige Roos uit Maldegem)

“LAMA heeft geholpen om mijn leven op te bouwen. Ik zou niet staan waar ik nu sta zonder LAMA.”
(de 15-jarige Driss uit Antwerpen)

“We krijgen er status door op school. De mensen weten wie je bent. Sommigen zijn zelfs geïntimideerd.”
(de 18-jarige Emily uit Maldegem)

“Ik proef vanalles en zie wat is voor mij. Wat zijn de opties? Wat kan ik bijbrengen? Dan bekijk ik welke grote stappen ik kan zetten.”
(de 20-jarige Mina uit Antwerpen)

Informereren en leren als een vorm van engagement

Gezien de complexiteit van de maatschappelijke thema's voelen de jongeren de nood om goed geïnformeerd te zijn. Op die manier willen ze een bepaald topic (deels) ontrafelen en begrijpen. Het is vaak de start van veel meer engagement rond een topic. De wil om te weten en te kennen is groot. Een gebrek aan kennis mondt vaak uit in onzekerheid en dus inertie.

We observeren drie vormen waarop de jongeren omgaan met informatie:

- **Actieve Informatievergaring:** zelf informatie opzoeken rond bepaalde thema's, zelf posten op digitale kanalen, via zoekmachines. Verdiepend van aard.
- **Receptieve Informatievergaring:** informatie ontvangen en delen, via sociale mediaprofielen. Oppervlakkig van aard.
- **Creatieve Informatievergaring:** zelf organiseren van activiteiten met als doel meer kennis rond een bepaald topic. Bijvoorbeeld via debatten, gespreksavonden, discussies. Verdiepend van aard.

Moeilijke en complexe concepten en thema's worden niet geschuwd. Discussiegroepen, debatten, een jongerenforum, online artikels delen in de klasgroepchat,... Er is een zoektocht naar verdieping over de thema's die hen aanbelangen.

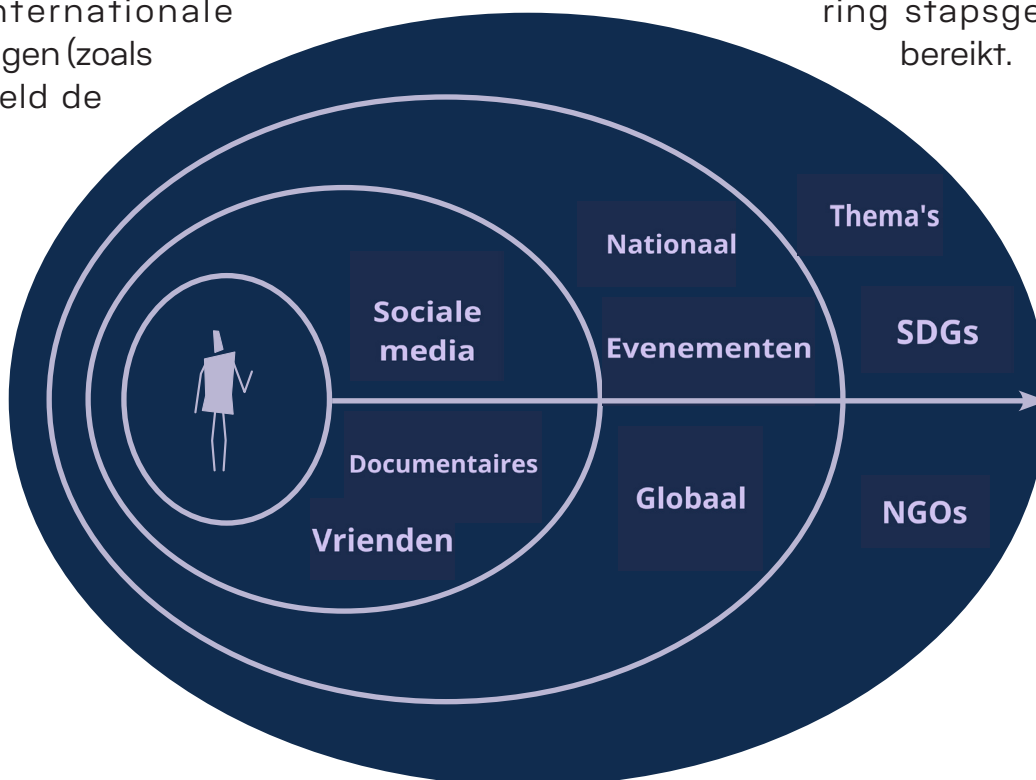
Informatievergaring is dus een noodzakelijke stap. Ook hier geldt: informatievergaring is niet altijd verdiepend van aard en gebeurt niet (steeds) via traditionele of conventionele kanalen. Met hun neutrale en droge berichtgeving boeten grote nieuwsmedia in aan relevantie. In plaats daarvan kiezen de jongeren voor die media die hen het gevoel geven dichterbij de actie te staan. Sensationele en harde beelden worden hierbij niet geschuwd.

Van lokaal naar globaal

Engagement begint dichtbij de jongeren zelf: in hun leefwereld, gelinkt aan hun levensloop en in relatie met anderen (online of offline). Engagements starten dus lokaal, zelden vanuit grote thema's. Veeleer gaat het om ervaringen dichtbij henzelf: een vriendin die deelneemt aan een actie, een filmpje op TikTok, een documentaire over een bepaald thema, de moord op George Floyd,.... Interesses ontstaan dichtbij de jongeren zelf en vanaf het moment dat de interesse aangewakkerd is, vergroot de aandacht en de opmerkzaamheid, niet zelden aangespoord door informatiestromen op sociale media. Grote thema's, campagnes of overkoepelende, internationale doelstellingen (zoals bijvoorbeeld de

SDGs) komen niet aan bod als startpunt voor engagementen. De jongeren voelen weinig directe affiniteit en zich zelden aangesproken door deze grootse, abstracte verhalen.

Opmerkelijk is dat we tijdens de debatten weinig zware woorden of confronterende statements hoorden. De meeste jongeren staan niet op de barricaden. Ook uit de activiteiten, evenementen en initiatieven waarvoor ze zich inzetten, die ze volgen of ondernemen spreekt een kleinschalig realisme. Die actiegerichtheid, dichtbij hun leefwereld en lokaal, drijft hen. Doorheen acties, zo gaat de redenering, wordt verandering stapsgewijs bereikt.



18 als kantelmoment

In alles wat jongeren ondernemen rond maatschappelijk engagement, lijkt de leeftijd van 18 cruciaal. Voor hun 18e levensjaar is de leefwereld van jongeren nog sterk gelinkt aan wat er binnen het gezin gebeurt en op school wordt aangeboden (en via lidmaatschap van jeugdorganisaties). De toegang en de mogelijkheden voor engagementen zijn dus sterk afhankelijk van de openheid van familie en school ten opzichte van maatschappelijk engagement. Veel engagement heeft de status van leerproces: leren samenwerken, leren meningen vormen, leren organiseren. De jongeren worden veel meer op sleeptouw genomen door anderen.

Waar het vaak om gaat is om mogelijkheden te ervaren gedurende de adolescentie en hoe concreter die zijn, hoe beter. De school en het jeugdwerk gelden als perfecte broeikassen om kennis te maken met engagement, maatschappelijke topics en vrijwillige inzet.

Na 18 jaar, voornamelijk dan bij de aanvang van hogere studies, volgt een fase met meer onafhankelijkheid en ontplooiingsmogelijkheden. Het is dan ook het moment waarop engagementen met meer sérieux worden opgenomen en verantwoord.

15 - 18 jaar	19 en ouder
Gezinsleven en invloed van familie, school en vrienden is groot. Stap voor stap ontdekking van onderwerpen gelinkt aan engagement, kritisch bewustzijn en kritisch denken.	Betere kennis van zichzelf. Interesses zijn meer gevormd. Vertrouwen in eigen kunnen, autonomie, wil om zich te uiten, uitgebreid netwerk, contact met gelijkgestemden.
Engagement wordt gefaciliteerd door begeleiding.	Individuele initiatieven gekoppeld aan bestaand engagement.

4

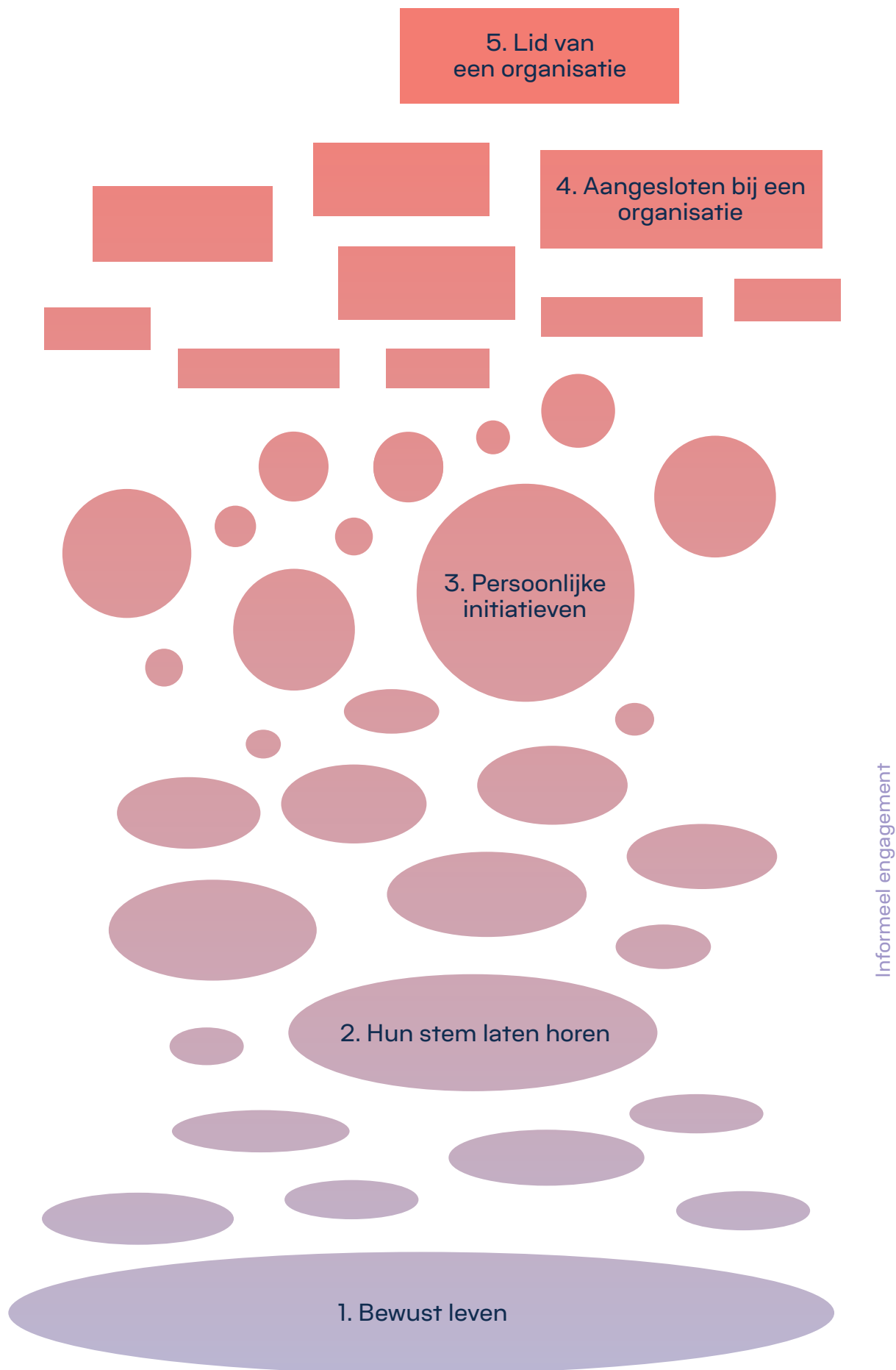
Verschillende vormen van engagement

Geëngageerd zijn is niet te herleiden tot het lidmaatschap van een organisatie of een beweging

De uiteenlopende acties en houdingen ten overstaan van engagement bij jongeren leiden tot een binaire tegenstelling tussen enerzijds zogenaamd 'geëngageerde' jongeren en anderzijds zij die dat niet zijn. Volgens de ondervraagde jongeren kan engagement vele vormen aannemen en is de grens tussen 'geëngageerd' en 'niet-geëngageerd' niet duidelijk en niet afhankelijk van een gebeurtenis of een handeling die jongeren bij het ene of het andere kamp onderbrengt.

Voor jongeren betekent engagement dus niet enkel en niet uitsluitend: 'zich inzetten in een vereniging'. **Voor velen heeft engagement te maken met het uitdragen van individuele waarden en de keuze om die met anderen te delen, ze aan de wereld kenbaar te maken via acties en gesprekken. Binnen een organisatie of daarbuiten op individueel niveau, dat heeft weinig belang.**

"Wat we bij de scouts leerden, passen we in het dagelijks leven toe. Bijvoorbeeld: niet vervuilen, de natuur beschermen, letten op wat ik verbruik, ... Het zijn maar enkele van de vele voorbeelden!" (de 16-jarige Lisa uit Bergen)



Onder jongeren tussen 15 en 19 jaar kan engagement verschillende vormen aannemen

Uit de literatuur¹² blijkt dat veel jongeren een niet-conventioneel engagement aangaan. Sommige auteurs zijn, bijvoorbeeld, van mening dat consumptiekeuzes een vorm van militant gedrag (consumer activism) zijn en dat networking op sociale media als een vorm van engagement kan worden beschouwd. Traditioneel kunnen we een onderscheid maken tussen zogenaamd 'formele' engagementen die te maken hebben met organisaties (ngo's, vzw's, politieke partijen) en zogenaamd 'informele' engagementen buiten de bestaande conventionele structuren om. In die beide grote categorieën en in het licht van de diversiteit en de uiteenlopende vormen van engagement waarnaar in het kader van deze studie wordt verwezen, pleiten we voor een nieuwe subcategorie voor de verschillende vormen van engagement die onder jongeren voorkomen.

1. 'Bewust leven'

De ondervraagde jongeren willen over hun leefgewoonten nadenken in het licht van ecologische uitdagingen. Iedereen is er gevoelig voor en maakt dagelijks keuzes. Een simpele verwijzing naar de klimaatopwarming volstaat om een aantal 'vanzelfsprekende' verplichtingen naar boven te brengen die niet door politieke beslissingen worden ingegeven, maar rechtstreeks het gevolg zijn van de toestand van onze planeet. Recyclage, minder afval en lokale consumptie hoeven door jongeren niet specifiek te worden verantwoord: ze zijn vanzelfsprekend en zijn voor hen de nieuwe norm waarop de samenleving moet mikken. Voor de actiefste jongeren gaat het om een heus engagement. Voor anderen gaat het om een collectieve inspanning waartoe ze 'op hun niveau' willen bijdragen door zelf een kleine inspanning te leveren.

"Het gaat om een engagement: we geven die kinderen een bepaalde opvoeding mee." (de 15-jarige Sophie uit Bergen)

¹² Bennett, W. L. (2008). Changing citizenship in the digital age. In W. L. Bennett (red.), *Civic life online: Learning how digital media can engage youth* (pp. 1-24). Cambridge, Massachusetts: MIT Press. ;

Elchardus, M., & Herbots, S. (2010). Jongeren en democratisch burgerschap. Conventionele, alternatieve en aanvullende participatie. In N. Vettenburg, J. Deklerck & J. Siongers (red.), *Jongeren in cijfers en letters. Bevindingen van de JOP-monitor 2*, (pp. 181-212). Leuven: Acco. ;

Harris, A., Wyn, J., & Younes, S. (2010). *Beyond apathetic or activist youth* :

'Ordinary' young people and contemporary forms of participation.

Young, 18(1), 9-32. ; Hooghe, M., & Boonen, J. (2015). Youth Engagement in Politics: Generational Differences and Participation Inequalities. In: Thijssen, P., Siongers, J., Van Laer, J., Haers, J., & Mels, S. (2015). *Political Engagement of the Young in Europe. Youth in the crucible* (pp. 13-28). Abingdon: Routledge;

Thijssen, P., Siongers, J., Van Laer, J., Haers, J., & Mels, S. (red.) (2015). *Political Engagement of the Young in Europe. Youth in the crucible*. Abingdon: Routledge.

Velen vinden het makkelijk om die keuzes te maken wanneer ze niet tegen hun voorkeuren of consumptieverlangens indruisen en in de lijn liggen van hun eigen waarden en overtuigingen: de tweedehandsmarkt, 'do it yourself', bio en zo meer.

Geciteerde voorbeelden: kopen bij lokale producenten, een eigen moestuin onderhouden, zelf yoghurt en jam maken, tweedehands spullen kopen, naaien, minder vlees eten, verplaatsingen met de auto beperken, minder afval produceren, ...

2. 'Hun stem laten horen'

Voor jongeren heeft engagement ook te maken met jezelf uitdrukken, ervoor zorgen dat je gehoord wordt, voor je mening uitkomen op sociale media en in je omgeving (onder vrienden en familie). En dat niet noodzakelijk en/of niet alleen om anderen te overtuigen, maar gewoon om het te durven zeggen, om je mening en je idee kenbaar te maken en daarvoor zo op te komen. 'Sensibiliseren', 'erover praten om anderen op de hoogte te brengen', 'een geweten schoppen': het zijn stuk voor stuk redenen die jongeren motiveren om rond een bepaald thema het woord te nemen.

De meeste ondervraagde jongeren zijn op de sociale media actief, zeker sinds het uitbreken van de gezondheids crisis, toen sociale media voor velen het enige venster op de wereld vormden. Het was de enige plek waar ze contacten konden leggen. Velen gingen daardoor ook meer nadenken over de informatie die op sociale media wordt gedeeld;

Van een eenvoudige uitwisseling van gegevens over een online discussie tot het creëren van nieuwe content: het niveau en de intensiteit van de betrokkenheid varieert van individu tot individu. Hoewel niet iedereen 'durft' 'delen' of 'reposten' (dat vergt een zekere moed om voor jezelf en je mening op te komen), is dat toch de eenvoudigste manier om jezelf uit te drukken: blauwe schermen posten als teken van solidariteit met de Oeigoeren; berichten delen van de 'Black Lives Matter' beweging, ... Het zijn acties die binnen hun bereik liggen, dingen die ze, naar eigen zeggen, kunnen doen. Anderen gaan verder en maken zelf berichten of verhalen (op Instagram) rond bepaalde thema's (conflicten in Afrika, intimidatie). Ze gaan discussies met mensen die een opmerking achterlaten niet uit de weg. Het besef rond hoe belangrijk het is om rond bepaalde thema's het woord te nemen, beperkt zich niet tot de sociale media en vertaalt zich ook naar gesprekken en discussies onder jongeren: binnen hun gezin, met leerkrachten, ... (over thema's als racisme en feminisme).

3. 'Persoonlijke initiatieven'

Engagement impliceert ook: zinvolle stappen zetten. Vanuit het niets, gewoon op basis van een sterke overtuiging en soms vanuit een niet te stuiten energie. Jongeren sluiten zich aan bij acties die het resultaat zijn van hun eigen initiatieven. Sommige zijn puur individueel en niet bedoeld om te overtuigen (geciteerde voorbeelden: senioren bezoeken in een rusthuis, op TikTok even luisteren naar een gedeprimeerd iemand tijdens de lockdown).



COP ON

every LITTLE ACT RESPECT
MATTERS & DIFFERENC YOUR
MOTHER

Solar Pa
Cheaper Than
THE F

OCEANS RISE
&
OVERFLOW
IT AIN'T RIGHT
&
IT AIN'T NATU

SEE HOW THE
COULD BE IN SP
OF THE WAY TH
IT IS

NEW
LOOK

LOVE

“Ik let ook op mijn eten. Vegetarisch is te moeilijk hier thuis, ik doe het enkel op kot. Ik zie ook vanwaar producten komen, daar hou ik me mee bezig.”

(de 18-jarige Lotte uit Mol)

“Met milieu: ik recycleer en hergebruik. Ik ga niet direct weggooien. Ik engageer mij daar wel voor. Ik zal hier nog wel effe zijn en misschien ook mijn kinderen. Ik wil niet dat volgende generaties zonder iets gaan vallen. Want ooit gaat het op zijn.”

(de 15-jarige Driss uit Antwerpen)

“Ongeacht het doel, helpt het sensibiliseren van mensen altijd.”

(de 15-jarige Maëlle uit Bergen)

“De Black Lives Matter-beweging, bijvoorbeeld. Sommige mensen vonden het niet nodig om informatie en sensibiliserende berichtjes te delen, omdat ze dachten dat er in de praktijk niets zou veranderen. Maar zo informeer je de mensen tenminste, en maak je ze bewust. Dat blijft iets dat iedereen kan doen. Ik heb berichten in ieder geval gedeeld.”

(de 18-jarige Regg uit Charleroi)

Anderen willen mensen bewust maken via (geciteerde voorbeelden): het ophangen van een feministische collage in de openbare ruimte, het sturen van postkaartjes naar buurtbewoners en zo tijdens de lockdown dromen verzamelen, lezingen rond sociale rechtvaardigheid organiseren, ... Nog anderen willen protesteren en hun ongenoegen laten horen: de organisatie van een sit-in als protest tegen de invoering van de avondklok; de organisatie van een happening op school waarbij jongens een rok droegen (als steunbetuiging aan een leerling die daarvoor werd gestraft).

Andere voorbeelden van initiatieven die door de ondervraagde jongeren werden opgezet: debatten rond cultuur, een solidariteitsactie voor de opvang van vluchtelingen, humanitaire hulp voor Afghanistan, ...

4. 'Aangesloten bij een organisatie'

Betrokkenheid bij een organisatie kan ook vanop groter afstand: in de vorm van een samenwerking in plaats van een lidmaatschap op langere termijn. In die categorie zitten jongeren met interesse voor een specifiek project waarvoor ze zichtbaarlijk engageren.

De grootste stimulans voor het engagement is het project of het thema, de organisatie is niet meer dan de initiatiefnemer. Dergelijke engagementen liggen in de lijn van individuele initiatieven, maar dan in het kader van een formele organisatie.

Geciteerde voorbeelden: Een inleefreis naar Senegal met de NGO Broederlijk Delen, het ambassadeurschap van de NGO Youca (Youth for Change and Action), een sensibiliseringsactie voor het Rode Kruis.

5. 'Lid van een organisatie'

Wie lid wordt van een organisatie, engageert zich op lange termijn. Op die manier engageren jongeren zich zo lang ze de meerwaarde van hun engagement zien. Als lid van een belangrijke organisatie kunnen jongeren bijleren en zien hoe ambitieuze acties worden opgezet. Wie lid wordt van een organisatie maakt zich de doelstellingen, de waarden en het imago van de organisatie eigen.

Geciteerde voorbeelden: vrijwilligers bij de NGO Broederlijk Delen, een organisatie helpen door pakketten samen te stellen en te leveren, lidmaatschap van een jeugdbeweging (scouts, gidsen, ...).

Informeel engagement - Kenmerken

De zogenaamd 'informele' vormen van engagement zijn het resultaat van persoonlijke en vaak spontane initiatieven. Aan de basis liggen vaak uitgesproken standpunten, opinies die dikwijls reageren op actuele thema's en/of gebeurtenissen waarmee jongeren in hun dagelijks leven te maken krijgen. Die vormen zijn volledig vrij en vertrekken vanuit een reflectie van jongeren die nadenken over hoe ze een boodschap het krachtigst kunnen formuleren of hoe ze voor een zaak kunnen opkomen door gebruik te maken van hun eigen creativiteit. De vormen liggen in de lijn van hun voorkeuren en persoonlijkheden: sommigen houden van agressieve en radicale acties, anderen hanteren humor en nog anderen vertrekken vanuit persoonlijke (intieme) ervaringen. Sommigen hebben geen moeite om in de kijker te lopen of aan groepsactiviteiten deel te nemen, anderen beperken zich liever tot o.a. sociale media.

Jongeren schakelen moeiteloos van de ene vorm naar de andere over. Sommigen verlaten het gestructureerd kader van ngo's om hun eigen radicalere actie te lanceren, anderen doen het omgekeerde en willen hun engagement institutionaliseren via de oprichting van een vzw. Nog anderen komen los van een structuur en slagen er niet in hun engagement elders door te trekken. Zo verlieten verschillende jongeren hun

jeugdbeweging zonder bij een andere aan te sluiten. Volgens de 17-jarige Anne uit Bergen moet iedereen 'een eigen plekje vinden'. Zelf keerde ze terug naar de scouts toen ze voelde dat de zin voor avontuur waarnaar ze op zoek was weer overleefde.

Informeel engagement vergen vaak veel persoonlijke inzet, al was het maar om na te denken over hoe een boodschap kan worden gebracht of een actie kan worden opgezet. Misschien zelfs méér dan zogenaamd 'formeel' engagement, waarbij jongeren gewoon moeten aansluiten bij een al bestaande structuur die zelf nadenkt over het type te voeren actie, de manier om die te organiseren en zo meer. In het geval van informeel engagement gaat het om activiteiten en initiatieven waarbij jongeren actief betrokken zijn. Sommigen vertellen enthousiast over het ontstaan van hun engagement, over de zoektocht en de individuele ontdekkingen (door te lezen, met mensen te praten, een documentaire te zien, ...). Zo ontwikkelen ze een kritische en meer geïnformeerde kijk op het thema waarvoor ze zich engageren, voeden ze hun waarden en vormen ze hun identiteit.

Formeel engagement - *Kenmerken*

Zogenaamd 'formele' vormen van engagement stemmen overeen met de traditionele mogelijkheden die jongeren krijgen om zich 'in te zetten': aansluiten bij een organisatie of beweging die bepaalde waarden verdedigt en collectieve acties op het getouw zet. Het engagement van jongeren schuilt hier in de eerste plaats in het kiezen van de organisatie waarbij ze aansluiten (soms werd die keuze eerder al door hun ouders gemaakt). Bij dergelijke engagementen worden de thema's en onderwerpen waarvoor ze opkomen verdedigd door structuren en niet door de jongeren zelf. Zij kiezen ervoor om lid te worden.

Alle ondervraagde jongeren die niet voor een dergelijke vorm van engagement kozen, voelden zich er niet toe aangetrokken, omdat ze niet in de lijn lagen van hun verlangens, persoonlijkheden of voorkeuren. Sommigen vinden de verdedigde thema's te algemeen, te verstand, te ver van hun dagelijks leven verwijderd (wat er in Afrika gebeurt) of te abstract (klimaatopwarming). Volgens hen gaan ze voorbij aan actuele thema's als politiegeweld, racisme, #metoo, ... Organisaties hebben trouwens een eigen structuur, een eigen manier van werken, eigen normen en uren. Jongeren moeten eerst bereid zijn om lid te worden, aan te sluiten en zich in de structuur te integreren vóór ze zich daadwerkelijk kunnen

engageren. Wie zich in dat kader engageert, engageert zich binnen een structuur vóór hij of zij zich 'voor' of 'tegen' een onderwerp kan uitspreken.

Desondanks wordt dat door alle jongeren die bij een organisatie aansloten en zo een formeel engagement aangingen gevaloriseerd en gerespecteerd. De motivatie om zich in te zetten, kan trouwens ook ontstaan vanuit een context, een sfeer of de sociale contacten binnen de organisatie. Dat is het geval binnen jeugdbewegingen, waar de collectieve ervaring, de waarden 'delen' en 'inclusie' (minder dan het religieuze aspect, dat ondergeschikt is) als sterke motivators naar voor worden geschoven. Dat is ook het geval bij projecten op school, waarbij de gezamenlijke ervaring die de groep tijdens het opzetten van een project beleeft doorslaggevend is in de beslissing om er al dan niet aan mee te werken. Dat is tot slot ook het geval bij ngo's, die een unieke openheid waarborgen en de jongeren met andere culturen in contact brengen.

THERE IS NO
PLANET B



“Je kan elke dag lid worden maar als je geen basiskennis hebt om een bijdrage te doen of om je mening te onderbouwen, dan trekt het op niks. Je moet dus zelf eerst dingen doen.”

(de 19-jarige Natalia uit Tervuren)

“Ik ben hier als Afghaanse vluchteling gekomen en ben nu bezig met een vzw op te starten die humanitaire hulp geeft aan Afghanistan. Ik heb gezocht naar een bestaande organisatie maar ik vond er geen. Dus ga ik zelf iets opstarten.”

(de 17-jarige Haroun uit Deurne)

'We zijn met drie naar een NGO gestapt: Amnesty International en Oxfam. Op dat moment voelden we ons daar het beste bij. We wilden ons engagement op een andere manier vorm geven. Het was geen noodzaak, maar die vorm lag ons beter.'

(de 17-jarige Anne uit Luik)

'Er circuleren wel filmpjes op Instagram, maar als die te lang worden, krijgen mensen er genoeg van. Ik bekijk ze en herwerk ze (...). Elke vrijdagavond laat ik weten dat ik, bijvoorbeeld, een verhaal over Senegal zal laten zien. De mensen hebben dan meer aandacht.'

(de 17-jarige Rachel uit Charleroi)

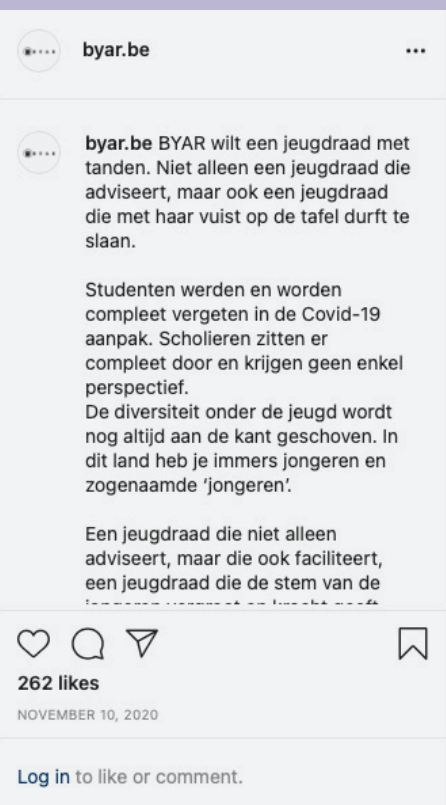
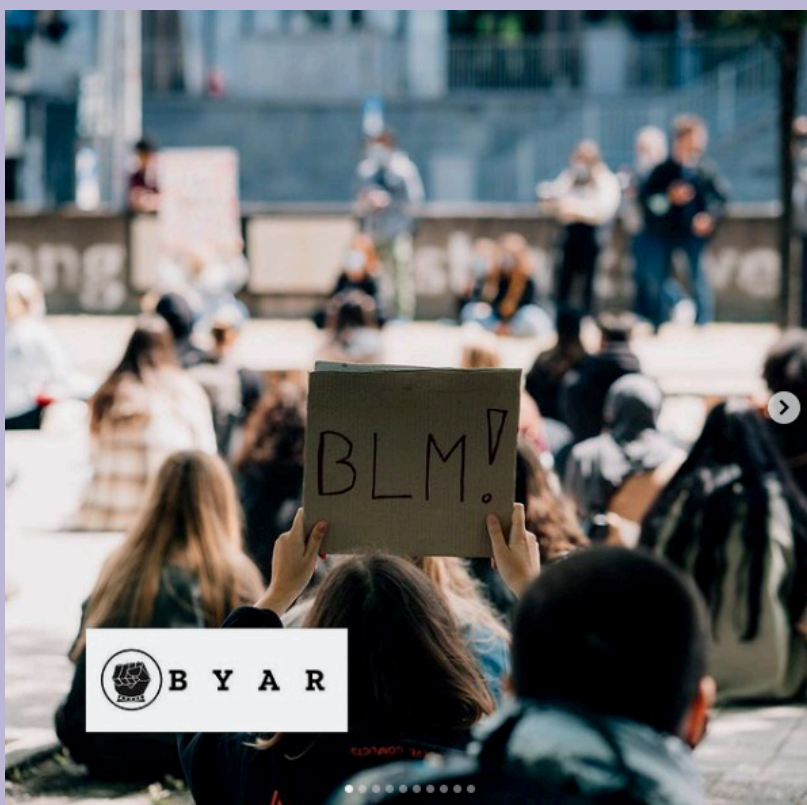
5

De ambivalente relatie met digitaal engagement

Sociale media als venster op de wereld

De jongeren cureren hun sociale media op specifieke wijze als het gaat om het tonen van maatschappelijk engagement. Via sociale media toon je namelijk welke onderwerpen, thema's, problematieken je aanbelangen. Je toont aan je netwerk wat je raakt, waar je voor inzet, kortom: waar je voor staat. Ondanks het belang van sociale media wordt er best omzichtig omgesprongen met de digitale component van engagement. In de eerste plaats is sociale media een plek om op de hoogte te blijven, om gebeurtenissen en

thema's te volgen, om informatie en kennis op te doen. De jongeren ontdekken thema's die trending zijn, wat anderen delen, welke nieuwe informatie dat opborrelt. De relatie tussen sociale media en engagement blijkt minder actief dan men zou verwachten. De voorbeelden van zij die bijzonder actief zijn rond hun engagementen **en daar ook reactie op krijgen, zijn zeer beperkt.** Bovendien deelt men veel meer dan men post; men leest veel meer, dan men commentarieert.



Niet iedereen durft/ wilt posten rond maatschappelijk engagement

Vanwaar die eerder passieve houding? Er heerst vaak schroom en onzekerheid om informatie te delen en te posten op sociale media. De angst om door de mand te vallen omdat men eigenlijk niet veel over het thema weet, is groot. Posten over maatschappelijke thema's wordt gezien als zichzelf blootstellen, aan je netwerk tonen waar je voor staat en wat je denkt. Dit doen op jonge leeftijd, en dat geldt zeker voor de -18 jarigen, vergt moed en is enkel weggelegd voor zij die sterk in hun schoenen staan of zich gespecialiseerd hebben in een specifiek thema.

Daarnaast is er ook een belangrijke strategische component aan het posten. De jongeren denken na over hun sociaal media-imago. Posten rond maatschappelijk engagement ligt daarom niet altijd voor de hand. Wat kan je posten? Hoeveel keer? Wanneer is het "too much"? Hoe kom ik over als ik over een bepaald thema post? Bovendien kijken ze ook met een analytische blik naar wat er in hun digitale netwerken gebeurt en zijn ze vooral kritisch over de volgzzaamheid en oppervlakkigheid bij velen over trending topics.



"Ik heb geen racistische vrienden dus ik post niet echt iets over BLM. Soms voelt het ook een beetje afgezaagd. Als ik iemand zie posten over BLM denk ik: oh hij is een van ons. Maar soms kan het te veel zijn. Ik wil niet dat mensen dat over mij denken."

(de 19-jarige Tshami uit Anderlecht)

"Over Black Lives Matter bijvoorbeeld, ik ben bang dat mensen er iets over vragen en dat ik het niet ga weten."

(de 18-jarige Emily uit Maldegem)

"Ik vind het interessant om op twitter debatten te lezen maar ik moei mij niet. Ik ga niks uit mijn eigen naam zeggen, dat vind ik te eng."

(de 18-jarige Ella uit Mol)

"Om de tijd is er een supergroot topic. Er is een hype en dan denkt iedereen: ik moet daaraan meedoen, ik moet posten, terwijl de helft totaal geen idee hebben waar het over gaat. Maar er is het gevoel van te moeten delen van wat trending is."

(de 19-jarige Emma uit Deurne)

Het digitale vervangt engagement offline niet

De kern van het engagement van jongeren bevindt zich in hun mindset, in hun kritisch bewustzijn, in de organisaties bij dewelke ze betrokken zijn, in de initiatieven die ze opzetten. Het digitale werkt vooral ondersteunend: het zorgt voor een betere en snellere verspreiding, is verantwoordelijk voor meer

maatschappelijk bewustzijn, zet zaken op de maatschappelijke agenda, faciliteert informatievergaring en het delen/tonen van opinies. Digitaal engagement zien de jongeren niet als alternatief voor maar als complement van offline engagement.

Gepolijst versus rauw, Instagram versus Tiktok

Het gebruik en de populariteit van sociale mediakanalen verandert voortdurend. Bovendien is het moeilijk om binnen het kader van deze kwalitatieve studie grote uitspraken te doen over sociale mediagebruik. Toch ondernemen we een poging om op basis van de gesprekken de grote lijnen mee te geven, te weten dat we geen uitspraak doen over welk kanaal het best geschikt is om maatschappelijk engagement te tonen.

Facebook is al langer van de radar van jongeren. Instagram is dat niet. Het is het sociaal media kanaal bij uitstek waarop de jongeren delen. In de Stories delen ze citaten, teksten en filmpjes. Op hun feed posten ze niet vaak over

maatschappelijk engagement. Twitter wordt gevolgd door zij die het meest met politiek bezig zijn. Een Twitteraccount hebben betekent niet automatisch dat men zich mengt in het debat (zie citaat hierboven).

Relatief nieuw is Tiktok, een belangrijk kanaal voor de jongste deelnemers aan de debatten. Hoewel Tiktok veelal puur entertainment is, erkennen de jongeren dat er veel te doen is rond maatschappelijk engagement (al is men bewust van de "echo chamber" of informatiebubbel waarin men zich bevindt). Kenmerkend voor Tiktok is het directe, ongefilterde en rauwe karakter van de filmpjes, met een sterke focus op de internationale gemeenschap.



6

*Maatschappelijk
bewust maar
niet politiek*

De vraag naar de rol van jongeren in maatschappelijke verandering is zowat het enige moment tijdens de debatten waar de jongeren het echt groots zien. Maatschappelijke verandering zal van jongeren komen. Elk debat toont de overtuiging dat jonge generaties het samenleven anders willen en zullen organiseren. Meteen spreekt ook een duidelijk pragmatisme: de wereld zal veranderen omdat oudere generaties verdwijnen.

De verwachtingen naar de overheid, de politiek of politieke instellingen voor maatschappelijke veranderingen zijn laag. Er leeft bijzonder weinig vertrouwen in politieke (wereld)leiders, partijpolitiek, politici, het nut van stemgedrag etc. Soms wordt zelfs het democratisch systeem in zijn geheel in vraag gesteld. Kernwoorden: teleurstelling, wantrouwen en onbegrip.

Deze vaststelling valt niet uit de lucht. De voorbije decennia tonen (kwantitatieve) studies keer op keer de daling in het vertrouwen van jongeren over de traditionele politieke arena. Ook de recente studie van Annoncer la Couleur en Kruit¹³ over de waarden van jongeren tonen een bijzonder lage graad van vertrouwen in overheid en politiek. Deze vaststelling staat trouwens los van de Belgische context. Ook internationaal daalt het overheidsvertrouwen bij jongeren¹⁴.

De debatten leren dat dit wantrouwen geen dekmantel vormt voor apathie. Integendeel, de jongeren zijn op de

hoogte van de actualiteit, ook internationaal. Ze nemen posities in, hebben meningen, delen en posten rond maatschappelijke kwesties, kortom hebben een sterk maatschappelijk bewustzijn. De jongeren zijn met andere woorden sterk gepolitiseerd en niet apolitiek.

Het klinkt paradoxaal: een duidelijke positie innemen rond maatschappelijke kwesties en in die zin sterk gepolitiseerd zijn maar alle vertrouwen in de traditionele politiek (en in sommige gevallen zelfs het democratisch systeem) kwijt zijn. De literatuur rond maatschappelijk engagement biedt een verklaring¹⁵ en deze is gelinkt aan het feit dat we vandaag geacht worden zelf onze levensbiografie samen te stellen (zie ook hoofdstuk 3). Het traditioneel model van burgerschap wordt steeds minder relevant voor jongeren door een te groot eenrichtingsverkeer. Jongeren worden aangesproken op hun verplichtingen naar de samenleving toe: om de zoveel jaar een stem uitbrengen, geïnformeerd zijn (liefst door massamedia), betrokken zijn bij openbare aangelegenheden, zich vinden in de representatie van volksvertegenwoordigers, deelnemen aan het maatschappelijke middenveld,... Dit eenrichtingsverkeer, gebaseerd op een rechten en plichten model, sputtert voor zij die opgroeien in een context van globalisering en postmoderne waarden, waar o.a. zelfverwezenlijking, persoonlijke expressie en individualiteit centraal staan. Jongeren worden geacht zelf een biografie op te bouwen en doen dit op basis van persoonlijke waarden,

13 Kruit (2021). Wat beweegt jongeren? Waarden, leefwereld en engagement van jongeren in Vlaanderen en in Brussel. Resultaten van een peiling uitgevoerd bij 500 jongeren tussen 14 en 19 jaar. Peiling uitgevoerd door onderzoeksbureau Dedicated in opdracht van Kruit (Enabel). Brussel: Enabel.

Annoncer la Couleur (2019). Ce qui mobilise les jeunes. Valeurs, centres d'intérêt et positionnements des jeunes en Fédération Wallonie-Bruxelles. Résultats du sondage effectué auprès de 500 jeunes de 14 à 19 ans. Sondage effectué par institut d'études Dedicated commandée par Annoncer la Couleur (Enabel). Bruxelles: Enabel.

14 Voor een overzicht, zie Siongers, J., Keppens, G., Spruyt, B., & Van Droogenbroeck, F. (2019). On the digital lane to citizenship? Patterns of internet use and civic engagement amongst Flemish adolescents and young adults. *Journal of Social Science Education*, 18(2), 67–86. <https://doi.org/10.4119/J SSE-901>

15 Bennett, W. L. (2008). Changing citizenship in the digital age. In W. L. Bennett (red.), *Civic life online: Learning how digital media can engage youth* (pp. 1–24). Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

eigen levenskeuzes en individuele expressies. Er is dus sprake van een groeiende mismatch tussen wat er traditioneel verwacht wordt van burgers enerzijds en jongeren die vanuit persoonlijke waarden bouwen aan burgerschap anderzijds. Het verklaart waarom organisaties het soms moeilijk hebben om jongeren aan zich te binden.

Jongeren verkiezen namelijk om zich te engageren voor zaken die hun individualiteit accentueren, die nauw aansluiten bij hun waarden en overtuigingen, op een alternatieve manier, via losse netwerken, gericht op concrete acties dichtbij de eigen leefwereld, samen met vrienden of mensen uit hun online netwerk.

Het engagement beïnvloedt en versterkt hun overtuigingen, niet omgekeerd

Doorheen de acties, initiatieven en engagementen, door kennis op te doen, door blootstelling aan maatschappelijke kwesties, (her)vormen jongeren hun mening over mens en maatschappij en bouwen ze argumenten op. Daaruit

volgt dan een argumentatie en stellingname, niet zozeer voor een bepaalde politieke partij, wel voor menselijke basiswaarden. Want daar is het om te doen: de waardering voor mensenrechten op mondiaal niveau.



YOU DECIDE

Bijzondere kritiek op het gebrek aan de mogelijkheid om gehoord te worden

De mogelijkheid om pas om de vier jaar te stemmen, ondergraaft het geloof in het politieke systeem. De onmogelijkheid om echt gehoord te worden, frustriert.

We observeren een grote discrepantie tussen het tijds kader van de traditionele politiek en het tijds kader van de jongeren. Zij werken op de korte termijn. Ze ontwikkelen ideeën, nemen initiatieven, doen acties, delen, posten en verdiepen zich in wat er op de maatschappelijke agenda staat,... met een veel kortere tijdshorizon dan de politiek.

Toch zijn er ook hoopgevende voorbeelden die aangeven dat de frustraties en

het wantrouwen aan het adres van politici en beleidsmakers kunnen plaatsmaken voor samenwerking en begrip. Het gebeurt wanneer er dialoog en communicatie tot stand komt tussen jongeren, politici en beleidsmakers. In zulke gevallen ontstaat er een constructieve connectie waarbij het speelveld van jongeren, politici en beleidsmakers even overlapt ondanks de aanwezigheid van grote verschillen in machtsposities tussen beide.

Zulke samenwerkingen kunnen helpen om de brug te slaan tussen beide partijen, enkel indien er daadwerkelijk dialoog plaats vindt en de intenties gemeend zijn.

“Het komt over als: je hebt geen stemrecht dus je hebt niks te zeggen. Terwijl het betekent niet dat ik geen stem of geen mening heb.”

(de 18-jarige Tess uit Deurne)

“Het is belangrijk voor de burgers om een mening te kunnen geven tussen de verkiezingen.”

(de 20-jarige Mina uit Antwerpen)

“Wij krijgen veel de kans om onze mening te geven hier in ‘t stad. (...) Als het realiseerbaar is, proberen ze er iets aan te doen. De schepenen waarmee we praten zijn ook eerlijk: dat kunnen we niet beloven, dat wel. We mogen samen met andere jongeren nadenken over wat er moet veranderen in de stad. Da’s superfijn, we bespreken alles. Ze luisteren echt super hard, dat is zaaaalig.” (de 15-jarige Driss uit Antwerpen)

"In het kader van de wet en het beleid zou je kunnen zeggen dat het hen koud laat en dat ze onverschillig zijn (...). Ik merk dat ik de mening van een klasgenoot met transfobie kan veranderen. Op politiek vlak lukt me dat niet!" (de 17-jarige Solène uit Luik)

7

*De bubbels van
engagement*

Er zijn zó veel mogelijkheden om zich te engageren dat het gaat om een heterogeen ecosysteem dat jongeren moeilijk kunnen vatten

Voor jongeren die via hun school of familie niet in contact komen met thema's of organisaties die hen tot engagement uitnodigen, is het moeilijk te weten waar te beginnen of tot wie zich te richten. Engagement is een wereld apart, los van consumptie of vrije tijd. Sommige jongeren vinden er dan ook minder houvast. Zelfs jongeren die zich willen engageren, moeten hun weg zoeken in een doolhof van initiatieven en organisaties.

Velen vragen zich af wat ze moeten kiezen. Welk thema? Welke organisatie? Welke mogelijkheden zijn er? En ga zo maar door. In die optiek is het niet verwonderlijk dat jongeren zich onder impuls van omstandigheden of concrete gebeurtenissen engageren. En dat ze dat doen via dichte contacten, veeleer dan omwille van grootschalige redenen.

'Ik zou me wel willen engageren, ten gaste van het feminisme, bijvoorbeeld. Maar wat moet ik daarvoor doen? Dat is de vraag.'

(De 19-jarige Fleur uit Jette)

Het ecosysteem van engagementen: aparte werelden

Het ecosysteem van engagementen lijkt opgebouwd uit aparte 'bubbels' die weinig met elkaar te maken hebben. Jongeren groeien op in verschillende milieus, en specifieke engagementen zijn vaak aan die milieus gebonden. Zo hebben jongeren die zich inzetten binnen de scoutsbeweging weinig of geen contact met jongeren die zich engageren binnen een NGO als Oxfam of Broederlijk Delen, en nóg minder met jonge activisten die, bijvoorbeeld, tegen politiegeweld strijden.

Of ze in een bepaalde bubbel terecht komen, wordt veelal bepaald door de sociale omgeving van de jongeren: hun familie, school, vrienden, contacten op sociale media, ... Jongeren die zich engageren, bewegen zich in een milieu dat engagement stimuleert. Jongeren die zich voor geen enkele organisatie of vereniging inzetten, bewegen zich daarentegen in een bubbel waar engagement niet vaak voorkomt.

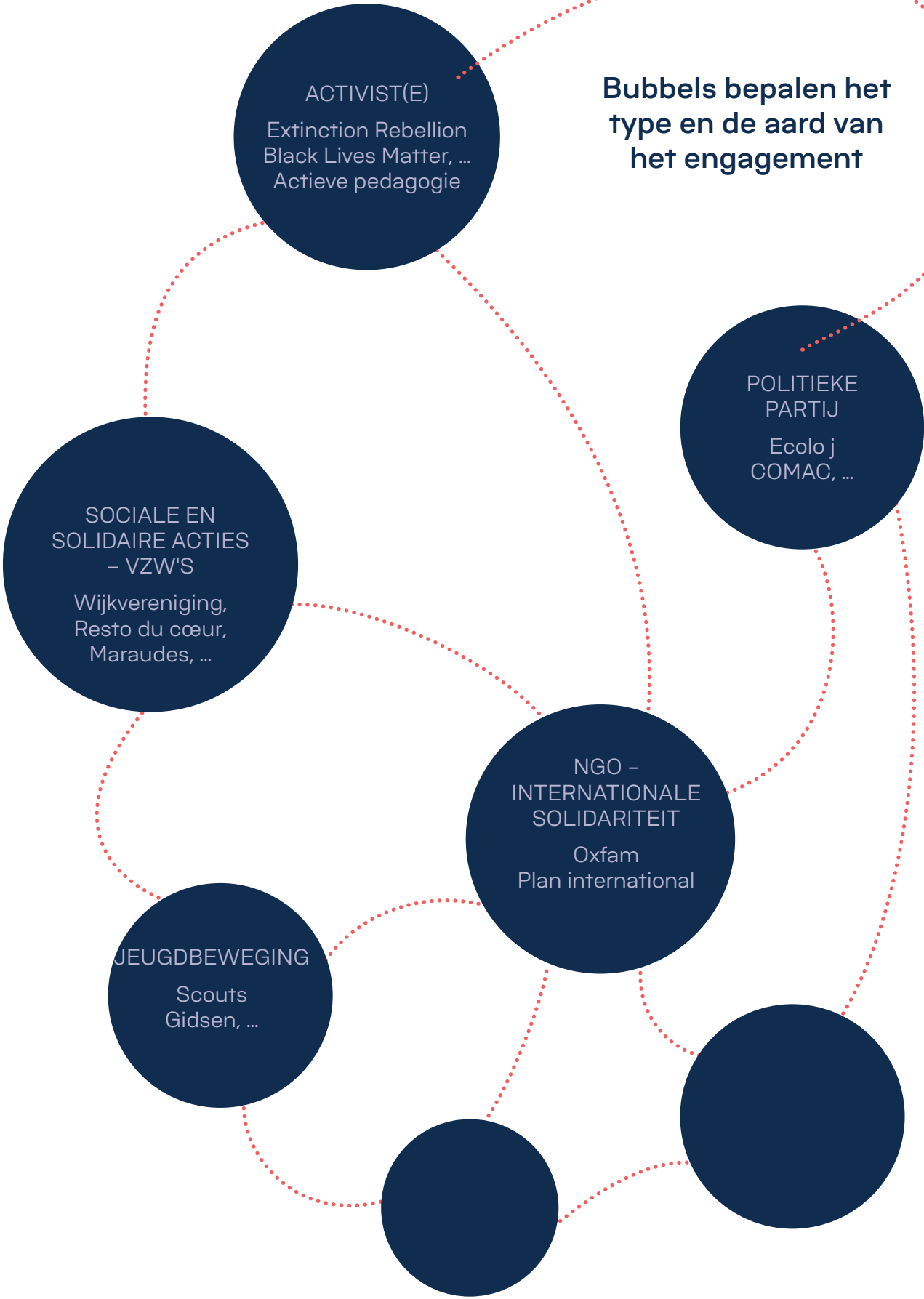
Wanneer ouders zich (min of meer formeel) voor een doel inzetten, wordt hun engagement aan de kinderen doorgegeven. Impliciet via de opvoeding en een bewustwording rond bepaalde waarden en praktijken: sommige jongeren groeien op in een gezin waar veel aandacht aan ecologie wordt besteed ('thuis zijn we groen'), anderen stammen uit politieke families. Daar worden jongeren door de overtuigingen van hun

ouders beïnvloed, en ze maken zich die ook eigen. Dat was zeker het geval tijdens de lockdown, toen ouders en kinderen veel tijd met elkaar doorbrachten. Ouders zijn vaak ook de motor achter het engagement van hun kinderen. Zo gaven sommigen de toestemming om te spijbelen en mee op te stappen in de klimaatmarsen. Anderen kiezen er dan weer voor om hun kinderen op de leeftijd van 6 of 7 jaar in een jeugdbeweging in te schrijven.

De school is een andere factor die engagement bij jongeren al dan niet kan stimuleren. Het kan gaan om een katholieke school die een liefdadigheidsactie opzet, om een school die haar leerlingen laat deelnemen aan een openbare manifestatie of om een school die het engagement van jongeren wil stimuleren door participatieve, maatschappelijke projecten op te zetten of NGOs in de klas uit te nodigen.

De toegang tot een bepaalde bubbel wordt bepaald door het milieu waarin jongeren opgroeien. Dat impliceert echter niet dat ze sowieso in de bubbel stappen. Het gaat steeds om een hele zoektocht naar een vorm en een thema die bij hen passen. Sommigen kiezen er immers voor om niet in te gaan op de mogelijkheden tot engagement die worden aangereikt (het NGO-project op school, bijvoorbeeld), ook al hebben ze toegang tot die bubbel.

Bubbels bepalen het type en de aard van het engagement



Elke bubbel beïnvloedt op een eigen manier de manier waarop de jongeren die er deel van uitmaken naar de wereld kijken. Die visies worden aangescherpt door de sociale media, nog een component die elke bubbel (die van de scouts, van #blacklivesmatter, van het feminisme, ...) versterkt: de informatie die binnen een bubbel circuleert, leunt meestal bij een of ander standpunt aan.

Bubbels bepalen het type en de aard van het engagement

De voorwaarden voor het engagement worden bepaald door het gezin, de school, de vrienden- of klasgroep. Jongeren engageren zich omdat ze deel uitmaken – of net niet – van een 'bubbelmilieu' dat engagement stimuleert. We vellen hier geen waardeoordeel, maar stellen vast dat de bubbels bepaalde vormen van engagement of niet-engagement in stand houden. Een voorbeeld: de deelname aan een inleefreis bij een NGO werkt vrijwilligerswerk in het kader van humanitaire acties in een latere fase in de hand. De thema's waarrond jongeren zich engageren, zijn dan ook eigen aan de bubbel en verschillen van die van andere bubbels. Jongeren die voor verschillende thema's gevoelig zijn, concentreren hun inzet rond een beperkt aantal voorkeurthema's: de ondervraagde jongeren die zich engageerden in de Black Lives Matter-beweging, waren uitsluitend bij die thematiek betrokken. Scoutsleden zetten zich enkel in tijdens activiteiten ten voordele van die jeugdbeweging.

Tussen 15 en 19 jaar is het quasi onmogelijk om een bubbel te verlaten en/of van bubbel te veranderen, hoewel de interesse en de nieuwsgierigheid soms wel gewekt zijn.

Jongeren die vandaag nauwelijks (formeel of informeel) geëngageerd zijn, bevinden zich buiten de engagementsbubbels en veeleer in bubbels die weinig bij engagement stilstaan. Ze denken na over een engagement, maar weten niet hoe of wat. Een engagement vereist in de eerste plaats dat ze initiatief nemen en uitzoeken hoe ze hun bubbel kunnen 'loslaten'. Die inspanning hoeven jongeren die in een engagementsbubbel leven niet te leveren.

De rol van de school

Via school zouden alle leerlingen die dat wensen in een gepaste engagementsbubbel terecht moeten kunnen komen. Helaas vervullen niet alle scholen die rol: soms wordt er rond bepaalde thema's (bv.: intimidatie) gesensibiliseerd, maar volgen er geen concrete initiatieven. Soms blijven ze onverschillig voor de initiatieven van leerlingen, spelen ze niet in op de actualiteit (bv.: klimaatmarsen). In dergelijke gevallen staan jongeren negatief tegenover de school en betreuren ze een gebrek aan openheid, betrokkenheid en sensibilisering, terwijl ze benadrukken dat de school een omgeving is waar ze de meeste tijd doorbrengen en dus een belangrijke rol in hun mogelijkheden tot engagement zou moeten spelen.

'Al toen ik klein was, leerde ik strijdbaar zijn. Ik kom uit een overtuigd communistisch en heel open-minded gezin. (...) Iedereen nam altijd deel aan manifestaties, las kranten, ...' (de 17-jarige Eléonore uit Luik)

'Ik voel dat ik sterk door mijn ouders werd beïnvloed. Telkens ik 's ochtends in de auto stap, voel ik me slecht!' (de 15-jarige Sophie uit Bergen)

'Mijn oudere broer en mijn zus waren ook bij de scouts, net als mijn mama. Ik ben gestart en ik vond het leuk. Dus ben ik blijven hangen.' (de 16-jarige Lisa uit Bergen)

'Ik had het geluk dat ik op een heel geëngageerde school zat. We gingen in gesprek met de leerkrachten godsdienst en Frans, en voerden zinnige debatten.' (de 16-jarige Lisa uit Bergen)

'Ik zit een beetje vast in een wat alternatieve bubbel. Behoor ik nu tot een klein deeltje van de bevolking?' (de 17-jarige Hélène uit Luik)

8

*Struikelblokken
voor engagement*

Redenen om zich niet te engageren uit de mond van jongeren die zich nergens voor inzetten

Sommige jongeren engageren zich niet of nauwelijks: noch individueel, noch binnen een organisatie. In de meeste gevallen is dat geen kwestie van een bewuste keuze, maar veeleer een gang van zaken die ze vaak betreuren. Ze hebben niets tegen mensen die tot actie overgaan en zich inzetten voor iets waarin ze geloven.

We laten hen over hun gebrek aan engagement aan het woord.

Er zijn heel wat redenen. Waarmee beginnen we?

'Je kan voor heel wat dingen strijden en heel wat problemen aanklagen. Ik weet het niet, ik heb het gevoel dat er te veel keuze is. Ik kan niet beslissen.' (de 17-jarige Audrey uit Charleroi)

'Iedereen beseft dat we ons tegen zó veel dingen moeten verzetten. Ik weet niet of ik er moedeloos of ongeduldig van word. Wel honderd dingen waaraan we iets zouden moeten doen.' (de 17-jarige Anne uit Luik)

Wat kunnen we doen? Bij wie kunnen we aankloppen? Er is te weinig informatie.

'Als ik tot actie zou moeten overgaan, zou ik niet weten wat te doen.' (de 19-jarige Adam uit Jette)

'Ik zou niet weten bij wie ik te rade zou moeten gaan. Als jongere kom je niet veel te weten over de verschillende vzw's die hulp kunnen gebruiken.' (De 19-jarige Fleur uit Jette)

Engagement behoort niet tot de traditionele activiteiten van jongeren (vrienden, uitgaan, hobby's, sport). Ze zijn met andere dingen bezig en als ze niet over dergelijke activiteiten worden aangesproken, besteden ze er geen tijd aan.

'Ik heb niets gedaan, omdat we ook nog ons eigen leven hebben. Sommige mensen vinden dat verschrikkelijk, maar op onze leeftijd bestaat onze wereld uit wat er om ons heen gebeurt. We hebben andere problemen. Die stellen misschien niets voor, maar we maken er altijd een berg van.' (de 19-jarige Keren uit Jette)

'Misschien dacht ik er niet zo veel aan. Ik denk veel aan school. Toen ik kind was, dacht ik niet veel aan problemen die in mijn omgeving zouden kunnen opduiken. Ik begin daar pas nu aan te denken.'

(de 18-jarige Regg uit Charleroi)

Het gaat om complexe problemen

'Ik vind dat veel te triest. Ik neem me voor om niet op internet naar al die problemen te gaan zoeken, want daarvan zou ik triest worden.'

(de 17-jarige Audrey uit Charleroi)

'Ik vind het moeilijk om die stap (naar geëngageerde acties) te zetten, omdat ze me te hard raken. Als ik een boek lees waarin dat (martelingen) aan bod komt, klap ik het dicht om het nooit meer te openen.' (de 19-jarige Keren uit Jette)

'De BLM-kwestie heeft me toch wel geraakt. Ik vond het allemaal wat te zwaar, ik las de story's en zocht informatie op (...). Het ging om ernstige dingen die me triest maakten.'

(de 18-jarige Regg uit Charleroi)

In het dagelijks leven staat persoonlijke ontplooiing vaak centraal

De jongerendie zich (formeel gezien, binnen een organisatie) niet engageren, maken gewag van lage verwachtingen bij hun ouders om het ontbreken van een engagement te verklaren. Hun ouders verwachten vooral dat ze het goed doen op school, de juiste studierichting kiezen en zichzelf tijdens buitenschoolse activiteiten ontplooien. Ze komen dus weinig in aanraking met

acties en mogelijkheden om zich te engageren. Aangezien hun milieu hen er ook niet toe aanzet, hebben de jongeren weinig redenen om die richting in te slaan. Ze hebben gebrek aan vertrouwen en aanmoediging en zijn vaak bang om niet 'ernstig' te worden genomen (een uitspraak die we wel vaker hoorden), precies omdat ze nog zo jong zijn.

De voorbeeldfunctie van engagementen schrikt hen af

Naast de struikelblokken die eigen zijn aan hun milieu, wordt hun terughoudendheid ook ingegeven door meer persoonlijke overwegingen. Sommigen vinden van zichzelf dat ze niet bewust genoeg leven (cf. 'bewust leven') om het hoge woord te mogen voeren, zelfs niet over onderwerpen die hen aanbelangen (bv. klimaatopwarming). Volgens anderen druisen hun leefgewoonten in tegen het idee van ecologisch bewust gedrag (vlees blijven eten, graag het vliegtuig nemen,...). Hun persoonlijke ethiek staat open activisme in de weg.

De meningen van jongerenzijntrouwens vaak genuanceerd. Ze voelen zich soms onzeker over hogere doelen en stellen zich aarzelend of zelfs afzijdig op. We ontmoeten een meisje dat enerzijds veel weet over de grote thema's van het Antropoceen en de overbevolking, maar tegelijk optimistisch is over de mogelijkheden tot verandering. Een jongen maakt zich zorgen over de klimaatopwarming, maar stond nog niet stil bij de noodzaak om de planeet en de mens te redden.

Vanuit die gedachtegang in hun ontplooiing gaan sommige jongeren ervan uit dat volwassenen (of oudere generaties in het algemeen) meer bagage hebben en beter georganiseerd zijn om die thema's uit te diepen. Vanuit hun maatschappelijke positie zouden die ook méér invloed dan jongeren hebben bij alles wat ze doen. Die jongeren schrijven volwassenen een maturiteit toe die volgens hen bij sommige jongeren ontbreekt. Sommigen omschrijven zichzelf als:geïnteresseerd, sentimenteel en impulsief. In dat verband vertelt een meisje over een eindejaarspetitie rond het al dan niet afnemen van examens. Veel jongeren in haar omgeving stemden tegen examens, zonder stil te staan bij het feit dat examens (volgens haar) belangrijk zijn.

“Ik heb het gevoel dat er van ons op onze leeftijd nog niet wordt verwacht ons te engageren. We moeten gewoon goed presteren op school. Geen geld aan daklozen geven of bij een vereniging aansluiten. Dat heeft geen zin, het is tijdverlies.” (de 17-jarige Audrey uit Charleroi)

'Kan iemand van 15 al impact hebben?'

(de 15-jarige Maëlle uit Bergen)

'Klimaat is een belangrijk thema. Ik vond dat ik geen recht had er naartoe te gaan. Persoonlijk doe ik niet zo veel. Ik eet niet vegetarisch. Ik zie niet in waarom ik aan een manifestatie zou hebben deelgenomen terwijl ik zelf niets doe.' (de 19-jarige Fleur uit Jette)

'Ik heb de indruk dat ik om op te komen voor mijn ideeën andere mensen nodig heb: die hebben meer invloed, zijn ouder en hebben meer contacten. Ik heb altijd de indruk vast te lopen als ik zelf iets wil aanpakken.' (de 15-jarige Maëlle uit Bergen)

'We hebben toch de hulp van de volwassenen nodig, al was het maar om te weten hoe we de dingen moeten aanpakken. Alleen kunnen we de wereld niet veranderen, denk ik.' (de 15-jarige Sophie uit Bergen)

Beginnen in de eigen kring

Wanneer wordt gevraagd wat voor soort acties jongeren zouden kunnen doen of voor welke doelen ze zich zouden kunnen engageren, antwoordt iedereen: 'kleine dingen', lokale acties met 'concrete' resultaten, hoe klein ook. Bezoekjes brengen in een rusthuis, mee geld inzamelen, afval opruimen, helpen bij de organisatie van evenementen. Het gaat dan om initiatieven in de eigen omgeving (familie, wijk, school, ...) en met betrekking tot wat de jongeren kennen. Dergelijke acties lijken hen meer haalbaar dan vormen van engagement met betrekking tot wereldwijde uitdagingen (racisme, klimaatopwarming, ...) waarvoor ze niet weten wat te doen en hoe te beginnen.

Er wordt ook gepeild naar de impact van grootschalige acties, zoals: de klimaatmarsen en de Black Lives Matter-beweging. Volgens sommigen gaat het om eerder 'symbolische' acties die 'de situatie niet echt willen veranderen'. Misschien is er ook sprake van een modeverschijnsel, waarbij sommigen het gevoel hebben dat de deelnemers het meer doen voor de sociale contacten dan voor de acties waarmee ze een doel nastreven.

'Los daarvan, heb ik zelf wel aan acties deelgenomen, maar er is iets ingrijpender nodig om de dingen echt te veranderen. (...) Ik heb niet de indruk dat dit alles is wat ik zou kunnen doen. Ik had me beter ergens voor ingezet of geld gegeven.' (de 19-jarige Keren uit Jette)

'Er waren grootschalige manifestaties tegen de klimaatopwarming en ik had de indruk dat er niet zo veel deelnemers waren die echt uit overtuiging meestapten (...). Ik heb het gevoel dat iedereen maar doet alsof en dat er niet echt vooruitgang werd geboekt.' (de 15-jarige Sophie uit Bergen)

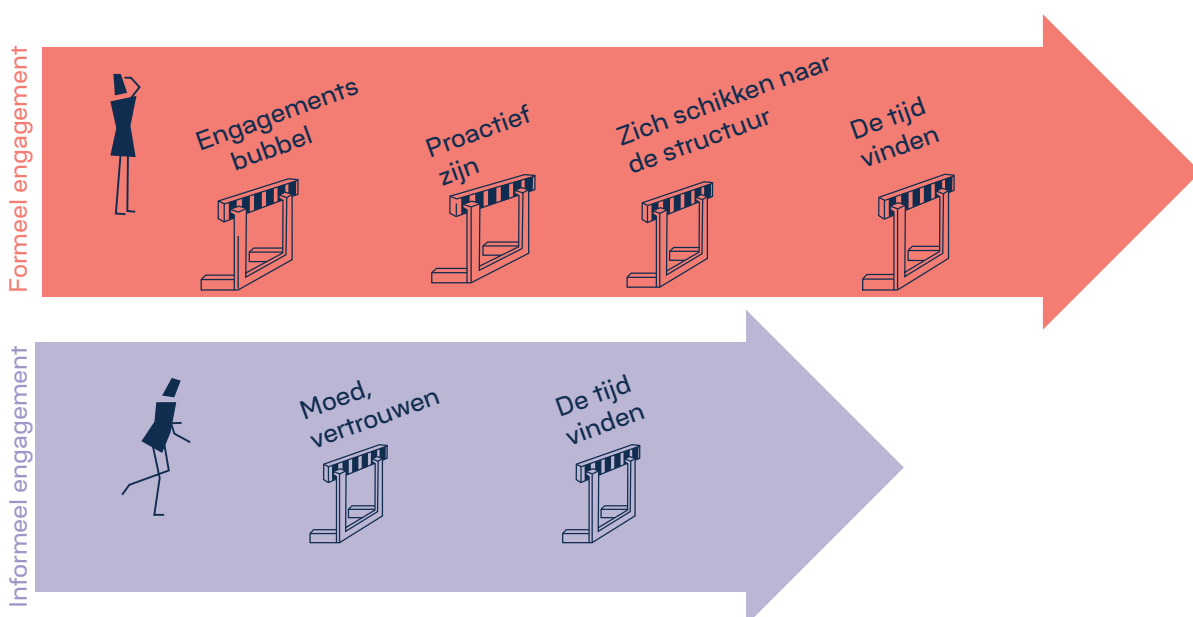
'Ik zou liever concreet aan een project meewerken. Ik zie mezelf later wel in een rusthuis langsgaan om mensen gezelschap te houden. Voor school moesten we geld inzamelen, maar daar heb ik het moeilijk mee. Ik steek liever hier of daar een handje toe. Zo heb ik op school al geholpen om maaltijden op te dienen.' (de 19-jarige Keren uit Jette)

Struikelblokken voor engagement: formeel vs informeel

Jongeren die zich willen engageren, moeten heel wat struikelblokken overwinnen. Dat lijkt vooral het geval in het kader van zogenaamd 'formele' engagementen (zich inzetten binnen een organisatie of beweging). Informeel engagement heeft daar minder last van. Een eerste struikelblok is de toegang (tot een engagementsbubbel) voor jongeren uit een milieu (familie, school, vrienden) dat verder van geëngageerde kringen afstaat. Een tweede heeft te maken met de aard en de structuur van de organisaties: jongeren moeten de stap durven zetten, zich proactief tot hen richten en dus weten welke weg ze daarvoor moeten volgen. Zodra ze van een organisatie deel uitmaken, moeten ze bereid zijn zich te houden aan het kader, de normen, de afspraken en de manier van werken. Jongeren die zich inzetten binnen organisaties als Amnesty

International, bijvoorbeeld, aanvaarden te spreken en te handelen uit naam van de NGO, volgens de modaliteiten en rond de kwesties die door de organisatie werden bepaald. Tot slot moeten ze bereid zijn tijd te investeren en hun engagement in hun al drukke agenda inplannen.

De 'informele' vormen van engagement vertrekken vanuit de vrije wil en het referentiekader van het individu zelf. Daardoor zijn ze voor jongeren toegankelijker en haalbaarder. De jongeren moeten een bron van inspiratie vinden of gedreven worden door een sterke expressiedrang. Ze moeten de nodige moed en zelfvertrouwen ontwikkelen én er niet alleen tijd, maar ook de nodige middelen voor vinden (ook al gaan ze individueel te werk en hangen ze niet af van een organisatie).



9

Stimuli voor engagement

De min of meer vruchtbare voedingsbodem voor engagement

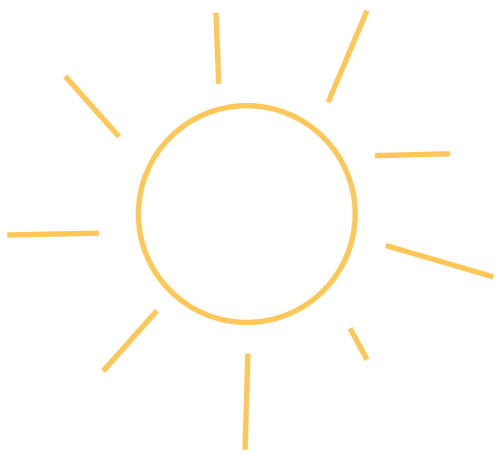
We kunnen ervan uitgaan dat de milieu waarbinnen jongeren actief zijn (gezin, school, reële en virtuele netwerken) als min of meer vruchtbare voedingsbodems voor engagement fungeren. Die voedingsbodems creëren verwachtingen, spelen informatie door en nodigen uit tot een eerste ervaring.

Invloed van de familiale kring

Binnen sommige gezinnen is engagement ingeburgerd en vanzelfsprekend. Ouders ijveren of zijn gevoelig voor thema's als klimaatopwarming of internationale solidariteit en hechten belang aan een kritische kijk en discussies. Informatie rond mogelijke engagementen is in die gezinnen aanwezig. Wanneer de jongeren hun interesse kenbaar maken worden ze door de ouders gesteund en gestimuleerd: betogen, deelnemen aan een inleefreis, vrijwilligerswerk doen, ... In heel wat gevallen zijn het ook de ouders die beslissen om de kinderen op jonge leeftijd in te schrijven bij de scouts (in die gezinnen waren de ouders trouwens zelf vaak lid van de scouts).

Het belang van de school

Nog een plek waar de kritische geest van jongeren wordt aangescherpt, is de school die – als het om engagement gaat – jongeren de kans zou moeten geven om aan projecten mee te werken en acties op te zetten. Alle ondervraagde jongeren geven toe dat hun engagement (of hun gebrek daaraan) door school werd beïnvloed. Vooral in scholen met een actieve pedagogie en in katholieke scholen wordt engagement gestimuleerd. De interesse voor vragen die betrekking hebben op het engagement van jongeren hangt vooral af van het lerarenkorps en de aandacht die elke school aan anderen besteedt. In de meeste scholen wordt er gesensibiliseerd rond o.a. racisme, intimidatie en klimaatopwarming. Sommige jongeren betreuren echter het totaal gebrek aan informatie of aan initiatieven binnen hun school om hen tot actie en tastbaar engagement aan te zetten. Anderen zijn opgetogen over het enthousiasme van hun school en vansommige leerkrachten. Die worden vaak genoemd als een bron van inspiratie voor hun engagement rond een bepaald thema.



Resultaten van het engagement

Brandstof voor het engagement

Wat doet groeien en het engagement voedt

- rolmodellen, voorbeelden
- groepsdynamiek
- verwachtingen t.o.v. beleid
- resultaten van het engagement

Voedingsbodem voor het engagement

De leefomgeving (gezin, school), wat het engagement ondersteunt.

Voedingsstoffen:

sensibilisering, toegang tot informatie en tot mogelijkheden



Indien de voedingsbodem niet vruchtbaar is, moeten er voedingsstoffen worden toegevoegd

Het engagement voeden *en* stimuleren

Terwijl hun eigen identiteit nog volop wordt gevormd, worden jongeren ook sterk beïnvloed door hun vrienden en netwerken. Ontmoetingen en ontdekkingen kunnen hen de stap doen zetten naar vormen van engagement.

Groepsdynamiek

Het groepsgebeuren is in de engagementsdynamiek een belangrijke component. Dat zorgt voor het vertrouwen en de steun die de jongeren bij het maken van keuzes nodig hebben. Zich voor iets inzetten gaat makkelijker in groep (onder vrienden een actie opzetten). Ook bij een al bestaande groep aansluiten, is makkelijker.

De ontmoetingen en vriendschappen naar aanleiding van bepaalde engagementen ontstaan, vormen een stevig fundament, zodat het makkelijker wordt om een engagement vol te houden. Een meisje vertelt hoe ze uit de jeugdbeweging was gestapt, maar later terugkeerde omdat ze nieuwe vrienden had gemaakt.

Rolmodellen en inspirerende voorbeelden

Sociale netwerken zijn voor jongeren een bron van informatie en inspiratie. Veel jongeren geven aan dat hun bewustzijn rond bepaalde thema's via sociale media werd aangescherpt en dit door de content, de gebruikers en de accounts die ze volgen (met name op Instagram, Facebook en TikTok). Inspirerende rolmodellen sensibiliseren en groeien uit tot voorbeelden omwille van de uitspraken die ze doen en de acties waarvoor ze pleiten. Los van de sociale media, worden leerkrachten gezien als de eerste aanspreekpunten die jongeren voor bepaalde thema's warm maken en tot actie overhalen. In sommige gevallen liggen vrienden of kennissen aan de basis van inspirerende initiatieven.

Acties van het beleid

De aandacht van politici voor acties van jongeren kan hen tot engagement aanzetten. Wanneer jongeren zich gehoord voelen en het gevoel krijgen dat ze een verschil kunnen maken, geeft hen dat hoop en vertrouwen in het belang van hun actie. Ook het omgekeerde is waar. Als er door het beleid niet naar hen wordt geluisterd, kan hen dat alle motivatie doen verliezen.

“Mijn ouders hebben mij hard ondersteund. Bijvoorbeeld op de infoavonden van de inleefreis. Mijn ouders zeiden “ja doe dat” terwijl andere ouders zeiden “oei zou je dat wel doen”. Ze geloven in mij en hebben mij kansen gegeven.”

(de 19-jarige Emma uit Genk)

"Ik vind dat we daar op school al meer over zouden kunnen praten. Het zou bijna het onderwerp van een les kunnen zijn. (...) School heeft hierin een rol te spelen. Het is belangrijk dat ze ons laten zien wat we kunnen doen, mochten we ons engageren."

(de 15-jarige Sophie uit Bergen)

"Op school breng ik de meeste tijd door. Als ze daar projecten zouden voorstellen waaraan we kunnen meewerken. Ons uitleg geven en over concrete projecten praten."

(de 17-jarige Regg uit Charleroi)

"Het zou goed zijn mochten ze de school bezoeken en in alle klassen langs komen. In de lagere school zijn de scouts eens langs geweest, maar in het middelbaar kregen we niemand meer over de vloer. En dat terwijl een bezoekje ons wakker zou kunnen schudden." (de 19-jarige Fleur uit Jette)

De resultaten van een engagement zien

Zoals we al eerder schreven, voelen jongeren zich aangetrokken tot lokale acties, tot de kans die hen wordt geboden om meteen de resultaten van hun actie te ervaren: actie voeren om het schoolreglement te veranderen of voor de afschaffing van de avondklok, een bezoekje brengen aan een rusthuis, mensen binnen de eigen kring van mening doen veranderen (zowel off- als online), meewerken aan een geldinzameling, ... Die acties hebben een impact op hun onmiddellijke omgeving. Zelf de implicaties en resultaten van een engagement kunnen ervaren, werkt stimulerend.

De jongeren getuigen over negatieve ervaringen wanneer dat niet het geval is. Zo maakten sommigen deel uit van verschillende overlegorganen binnen de gemeente, maar zijn daar ontgoocheld uitgestapt. 'Ze hadden ons iets wijsgemaakt: jullie gaan impact hebben op de stad! Daar kwam uiteindelijk helemaal niets uit. We bereidden evenementen voor en gingen gesprekken aan die nergens toe leidden. (...) Ik wou dingen in beweging zetten, maar er is vrijwel niets gebeurd.' Datzelfde geldt voor, bijvoorbeeld, geldinzamelingen (ten voordele van initiatieven in de buurt of verder weg): jongeren willen zelf zien waartoe hun acties hebben geleid, maar die mogelijkheid krijgen ze meestal niet.

Besluit

“Ik probeer elke zondag geen vlees te eten. Enkel frietjes, geen bickyburger.”
(De 15-jarige Driss uit Antwerpen)

Het luisteren naar en in gesprek gaan met jongeren tussen 15 en 19 jaar in België om te achterhalen hoe ze tegenover engagement staan, toont aan dat engagement wel degelijk leeft, zowel in de acties die ze ondernemen als in hun verlangen om zich rond bepaalde maatschappelijke thema's uit te spreken. Jongeren vertrouwen er ook op dat ze kunnen bijdragen tot een mentaliteitswijziging en dat ze de wereld voor komende generaties beter kunnen maken. De jongeren die aan deze studie meewerkten, voelen zich betrokken bij de uitdagingen voor onze planeet. Geen enkele jongere (ook niet de minst geëngageerde) bleef onverschillig. Iederop zijn of haar niveau, via gesprekken en acties die ze op individueel niveau voeren óf binnen de organisaties en bewegingen waarbij ze zich aansluiten. Ze werken allemaal veranderingen in de hand en geven zo blijk van een zekere vorm van engagement.

Jongeren engageren zich niet om de wereld te redden of een revolutie te ontketenen, maar gaan eerder pragmatisch en in de eerste plaats lokaal te werk: zorgen voor verandering in hun omgeving, in hun vrienden- of familiekring, in hun wijk, bij hun sociale contacten. En ze beginnen bij zichzelf: ze zijn zich bewust van de klimaatproblematiek, racisme en ongelijkheid, en passen hun doen en laten in de mate van het mogelijke en stap voor stap aan. Elke actie en elk gebaar telt.

De keuze om al dan niet voor hun mening uit te komen, om zich al dan niet voor een doel in te zetten, gebeurt op voor jongeren tussen 15 en 19 jaar oud intense momenten. Ze ontdekken de wereld terwijl ze ook zichzelf ontdekken en vorm geven aan hun identiteit. Ze beslissen dus niet lichtzinnig, maar denken na over de te verdedigen waarden waar ze kunnen achter staan.

Jongeren die zich engageren, doen dat voor de volle honderd procent. Bij voorkeur in groep en hoe dan ook binnen een netwerk om de boodschap rondom hen te kunnen verspreiden en uit te dragen. Zestrevennaar impact en willen het resultaat van hun acties kunnen zien. Die resultaten komen te weinig vanuit het beleid, en het is dan ook niet verwonderlijk dat jongeren zich tegen de politiek afzetten. Hun visie op engagement verschilt van hoe politici met maatschappelijke thema's omgaan. Hun houding en daden werden door de jongeren die aan deze studie meewerkten stevig op de korrel genomen.

Dat is best zorgwekkend, want jongeren die zich betrokken voelen en zich engageren, geloven niet in het politiek bestel, noch in de werking van de democratie. Ze zien dus niet in waarom ze zouden gaan stemmen. Daardoor verliezen ze de interesse in verantwoord burgerschap en in de rol die ze binnen instellingen zouden kunnen spelen. Er is sprake van een kloof tussen het democratisch systeem, de betrokken actoren, de instellingen en de regels enerzijds, en de vormen van expressie en actie waarvoor jongeren pleiten anderzijds.

Voor de toekomst van ons democratisch systeem moeten er dringend banden worden aangehaald en moet er een constructieve dialoog op gang worden gebracht rond de uiteenlopende visies op de rol van het individu en diens plaats in het publieke debat. In een geglobaliseerde wereld en een netwerksamenleving, waarin veel druk op het individu wordt gelegd, heeft een model gebaseerd op dialoog en samenwerking méér kans om een actieve bijdrage van de burgers van morgen te verzekeren.

Als pleitbezorgers van wereldburgerschap en internationale solidariteit werken Enabel / Kruit / Annoncer la Couleur terecht aan die opdracht: de noodzakelijke banden tussen de jeugd en het democratisch systeem opnieuw aanhalen binnen een globaal perspectief. Het gaat niet enkel om het bevorderen van lokale participatie (in het kader van zogenaamd lokale acties). Er is ook behoefte aan een mondiaal gedachtegoed en een bewustwording rond de onderlinge afhankelijkheden en verantwoordelijkheden op internationaal niveau. Die uitdaging ligt helemaal in de lijn van de missie van Enabel / Kruit / Annoncer la Couleur om het engagement van jongeren te stimuleren en daarvoor een institutioneel kader aan te reiken, zodat de jongeren van vandaag uitgroeien tot actieve en geëngageerde burgers die zich voor een meer rechtvaardige en duurzame wereld inzetten. Dat initiatief zou de vorm kunnen aannemen van een 'incubator voor wereldburgerschap' onder impuls van Enabel / Kruit / Annoncer la Couleur.

'Over jongeren en hun engagementen'

Eindrapport – 1 september 2021

Een kwalitatieve studie rond het engagement van jongeren tussen 15 en 19 jaar in België.

Studie uitgevoerd door Methos, een studie- en innovatiebureau met vestigingen in Brussel en Parijs. De medewerkers – sociologen en designers – willen werken aan een betere, evenwichtige en duurzame samenleving.

Studie in opdracht van *Kruit* en *Annoncer La Couleur*, programma's rond wereldburger- schapseducatie van het Belgisch ontwikkelingsagentschap Enabel.

Aan het rapport is een reeks podcasts gekoppeld.

méthos

Aalststraat 7
1000 Brussel
+32 (0)2 880 85 61

247 rue Vaugirard
75015 Parijs
+33 (0)1 89 16 80 04

www.methos.eu

Enabel 