

4: DE ACHTERBAN

Als studentenraadslid vertegenwoordig je je medestudenten, zij zijn jouw achterban. Vaak blijkt contact met de achterban moeilijk: niemand lijkt zich voor de studentenraad te interesseren. Op veel scholen lijkt de inspraak dan ook een zaak van een klein groepje actieve studenten.

Waarom is contact met de achterban dan toch belangrijk?

1. Het is fijn voor jou als je weet dat je in je werk als studentenraadslid wordt gesteund door je achterban. Je staat niet alleen.
2. Je bent studentenvertegenwoordiger. Je bent gekozen om de mening van de studenten op jouw school te vertegenwoordigen. Daarvoor moet je wel weten wat je achterban vindt.
3. Je staat sterker bij het College van Bestuur als zij zien dat je wordt gesteund door een actieve achterban. Ze zullen je standpunt en ideeën een stuk serieuzer nemen als ze ervan overtuigd zijn dat meer studenten het ermee eens zijn.
4. Door goed contact met de achterban kan de studentenraad blijven bestaan. Wanneer de huidige raad stopt, bijvoorbeeld omdat ze diploma's halen of na een jaar druk zijn met andere dingen, zijn er hopelijk genoeg mensen uit de achterban enthousiast geworden om zelf een jaar de studentenraad in te gaan.

Contact met de achterban in vier stappen

Er is geen kant-en-klaar recept te geven voor een goed contact met de achterban. De ene school is de andere niet. Op de ene school scoort

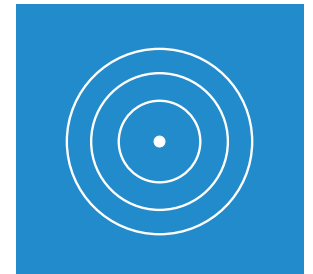
een studentenraad heel goed met een nieuwsbrief, op een andere school wordt die alleen gebruikt om vliegtuigjes van te vouwen. Het is dus belangrijk om de aanpak te kiezen die het best past bij jouw onderwijsinstelling. Het volgende stappenplan kan je daarbij helpen.

STAP 1: WIE IS ONZE ACHTERBAN?

Misschien vind je dit een vreemde vraag. De achterban bestaat toch uit alle studenten van de onderwijsinstelling? Dat is ook wel zo, maar die achterban bestaat uit meerdere groepen. Zo zijn er eerstejaars, studenten die stage lopen, of studenten die volwasseneducatie volgen. Er zijn studenten die je kent omdat ze bij jou in de klas zitten en er zijn studenten die je niet kent. Er zijn studenten die altijd komen als er iets wordt georganiseerd en er zijn studenten die je nooit ergens ziet.

Een goed hulpmiddel om 'de achterban' in te delen in verschillende groepen is het tekenen van drie cirkels.

- De binnenste cirkel komen de studenten die echt geïnteresseerd zijn in je werk voor de studentenraad. Zij vragen je geregeld hoe het gaat en weten meestal waar je mee bezig bent.
- In de tweede cirkel komen de mensen die wel eens belangstelling hebben getoond, bijvoorbeeld door over iets te klagen dat je dan als studentenraad zou moeten oplossen. Vaak weten ze niet precies waar je mee bezig bent, maar misschien is het mogelijk deze studenten enthousiast te maken voor het 'echte' werk.
- In de derde cirkel komen de studenten die nog nooit belangstelling hebben getoond en dat ook niet zomaar zullen doen.



Je kunt nu ook zien welke groepen vergeten worden. Mogelijk komt er in geen enkele cirkel iemand van de volwasseneducatie voor. Misschien kun je dan eens bij deze groep langsgaan om te vragen wat ze vinden en hoe je hen kunt vertegenwoordigen.

Tip

Bedenk bij elk contact met de achterban wie je wilt benaderen. Houd je een enquête houden voor alle studenten, of is het voldoende om alleen de eerstejaars te vragen? Benader je alle studenten die op stage zijn, of levert een steekproef bij twee klassen ook voldoende materiaal op? Vraag je dus steeds af: Wie is in dit specifieke geval onze achterban?

STAP 2: WAT WIL JE IN HET CONTACT MET DE ACHTERBAN?

Op deze vraag zijn twee antwoorden mogelijk. Bedenk van te voren wat je wilt:

1. Je wilt je achterban **informer**en.

Je wilt ze laten weten waar je mee bezig bent. Dit kan door een verslagje in de schoolkrant te schrijven of bijvoorbeeld flyers rond te delen. Je zet je in namens de achterban, dus die achterban heeft er recht op om te weten wat je doet.

2. Je wilt je achterban **om advies vragen**.

Het raadplegen van de achterban kan heel nuttig zijn om te onderzoeken of je eigen plannen haalbaar zijn. Bijkomend voordeel is, dat wanneer de schoolleiding weet dat een plan wordt gesteund door een grote groep studenten, dan sta je sterker met je plan!

STAP 3: WAAR WIL JE HET OVER HEBBEN?

Je achterban is geïnteresseerd in praktische, duidelijke onderwerpen die direct belangrijk voor hen zijn. Probeer de onderwerpen zo te brengen dat het duidelijk wordt wat een onderwerp betekent voor de student.

Wanneer je bijvoorbeeld je iets wilt schrijven over de aanstaande fusie, kom dan niet met een verhaal over ‘verbreding van aanbod’, ‘strategische positie binnen de stad of regio’ etc. Nee, vertel wat een fusie direct voor een student zal betekenen. Zal hij of zij naar een ander gebouw moeten? Komen er andere leraren? Blijft de opleiding bestaan?

Bedenk je goed met welke onderwerpen je de achterban ‘lastig valt’, niet alles is even interessant. Je zou flink uit kunnen pakken op een onderwerp dat de studenten heel belangrijk vinden, bijvoorbeeld de veiligheid op school. Je zou het dichterbij kunnen brengen door je te richten op het dragen van wapens, detectoren, videocamera’s of drugsgebruik.

Kortom: kies een onderwerp waarmee je kunt ‘scoren’ bij de achterban!

Tip: Kijk ook eens in de resultaten van de JOB-monitor om te kijken wat er speelt bij jou op school!

STAP 4: CONTACT MET DE ACHTERBAN

Er zijn veel verschillende manieren om je boodschap over te brengen. Hier worden enkele voorbeelden genoemd. **Let op:** er is hier geen sprake van HET communicatiemiddel. Het ene past goed bij de ene school, het andere bij een andere school.

Voorbeelden van schriftelijke communicatiemiddelen:

1. Een website

Waarschijnlijk heeft je school een website, misschien is daar een plek voor de studentenraad op te regelen. Of je maakt een eigen website. Op de website kan je via nieuwsberichten je achterban op de hoogte houden van wat er speelt. Je kunt vergaderingen aankondigen, notulen delen, mensen uitnodigen voor bijeenkomsten en nog veel meer! Zorg ervoor dat je website up-to-date is en dat er regelmatig nieuws komt.

Tip: Stel één iemand aan als webmaster, die is dan verantwoordelijk voor het updaten en bijhouden van de website.

2. Een facebookpagina / twitteraccount

Sociale media zijn niet alleen handig om je vrienden te spreken, je kunt er ook je achterban mee op de hoogte houden van wat er in de studentenraad gebeurt. Zo kun je snel nieuws delen, mensen uitnodigen voor bijeenkomsten, of input vragen op een bepaald onderwerp.

Let op! Iedereen kan zien wat je op Facebook zet, niet alleen de studenten van je eigen school!

3. Een nieuwsbrief

Een nieuwsbrief heb je in allerlei vormen en maten. Je kunt papieren printen, maar misschien kun je ook regelmatig een e-mail sturen

aan de studenten. Misschien kun je een rubriek krijgen in de nieuwsbrief van school, dan bereik je helemaal snel veel mensen. Een (digitale) nieuwsbrief moet wel regelmatig verschijnen. Het moet iets bekends worden onder de studenten.

Tips:

1. Maak één iemand verantwoordelijk voor het samenstellen van de nieuwsbrief
2. Werk met vaste rubrieken, bijvoorbeeld: belangrijkste overwinning, thema's voor de komende weken of een column van een studentenraadslid.

4. Posters/flyers

Je kunt posters laten drukken in verkiezingstijd, of om aandacht voor een bepaald onderwerp te vragen. Ook kun je flyers uitdelen om je achterban te informeren.

Tips:

1. Zorg dat posters op goed zichtbare plekken hangen
2. Deel flyers direct bij de ingang uit, zodat je zo veel mogelijk mensen bereikt.

5. Een jaarverslag

Van de wet moet je elk jaar een jaarverslag schrijven. Hierin vertelt de studentenraad wat er het afgelopen jaar is gepresteerd. Je kunt je jaarverslag ook beschikbaar maken voor je achterban, bijvoorbeeld op je website.

6. Een enquête

Een enquête is een middel om de achterban te raadplegen, maar let op, het vraagt veel inzet! Er moeten goede vragen worden bedacht, de vragenlijsten moeten worden gepromoot en ingevuld en de uitkomsten moeten zorgvuldig worden geanalyseerd.

Tips:

1. Bedenk goed wat je wilt weten en waarom
2. Houd het kort, stel maximaal vijf vragen

Voorbeelden van mondelinge communicatiemiddelen:

7. Informele gesprekken

Tijdens pauzes en in de gangen worden veel gesprekken gevoerd. Als lid van de studentenraad kun je deze informele gesprekjes heel goed gebruiken om over de studentenraad te praten met vrienden en/ of klasgenoten. Je kunt, kijken wat de meningen zijn over onderwerpen waar jullie mee bezig zijn of nagaan of de studenten met wie je praat ook wat willen doen binnen de studentenraad.

8. Langs de klassen

Als studentenraad kun je langs de klassen om een presentatie of een enquête te houden. Dit is erg effectief maar soms ook spannend.

Tips:

1. Ga met zijn tweeën.
2. Zorg dat de docent weet dat je komt en maak afspraken over wie de 'orde' moet bewaken in de klas, hoeveel tijd je mag gebruiken, over de introductie door de docent, of er een discussie mag ontstaan na de presentatie en wie die discussie leidt.

9. Bereikbaar op een vast tijdstip en plek

Je kunt proberen een soort spreekuur te organiseren. Je bent dan op een vast moment in de week of maand op een vaste plek om studenten te woord te staan. Zorg dat je zichtbaar bent, dus niet weggestopt in een lokaaltje, maar bijvoorbeeld midden in de kantine, midden op de dag.

10. Bijeenkomst

Als er een onderwerp is dat erg speelt op school, kan dit je hier een bijeenkomst over organiseren. Organiseer deze na lestijd en zorg dat je achterban enthousiast is om te komen. Bedenk van te voren duidelijk wat je wilt bespreken en waarom. Bedenk ook hoe je de bijeenkomst vorm wilt geven. Wil je een algemene brainstorm, een open discussie, of wil je specifieke vragen stellen?

Tips:

1. Spreek onderling af wie het woord voert.
2. Zorg ervoor dat je maximaal een uur bezig bent, daarna is de aandacht waarschijnlijk toch weer verslapt.

11. Actie

Soms kun je rondom een bepaald thema een actie organiseren. Ook kun je op speciale dagen aandacht vragen voor de studentenraad met een actie, bijvoorbeeld met een Valentijnsactie met rozen of een paasactie met paaseieren.

Ten slotte nog twee communicatiewetten:

- Communicatie werkt het best wanneer je verschillende middelen tegelijk gebruikt.
- Mondelinge communicatie werkt beter dan schriftelijke communicatie.