

## Aandachtspunten voor werving van studenten voor interviews over diversiteits sensitief onderwijs

Hester Radstake, gebaseerd op diversiteitsprojecten bij verschillende opleidingen en projecten van de VU, EUR en Hogeschool InHolland.

- 1. Hanteer een positieve benadering.** Vaak worden studenten met een migrantenachtergrond in de werving benaderd vanuit een 'probleemsituatie', bijvoorbeeld de relatief grote uitval van migrantenstudenten of achterblijvend studiesucces of ervaringen met uitsluiting of discriminatie. Hierdoor kunnen studenten zich juist *niet* aangesproken voelen, omdat ze als 'iemand met een potentieel probleem' worden benaderd. Ook draagt het bij aan de negatieve beeldvorming waarmee zij zich vaker geconfronteerd zien. Het versterkt bovendien het denken in termen van 'wij-zij' en kan hen het gevoel geven een 'extern object van onderzoek' te zijn, in plaats van een student die onderwijs volgt.  
Wat beter werkt is om de studenten vanuit een positieve vraagstelling te benaderen. Bijvoorbeeld door de student deelgenoot te maken van de visie van de opleiding op diversiteits sensitief onderwijs ('we vinden het belangrijk dat studenten leren functioneren in een door diversiteit gekenmerkte samenleving en vragen ons af of we daarmee op de goede weg zijn of niet'; 'we vinden het belangrijk dat alle studenten zich deel voelen uitmaken van deze studie en zijn benieuwd of studenten dat ook zo ervaren').
- 2. Vraag studenten uit de doelgroep om mee te doen aan de werving en/of de uitvoering van het project**  
Laat de werving niet door één persoon doen, maar zorg ervoor dat bij de werving meer personen letterlijk zichtbaar zijn, die diversiteit representeren. Idealiter zijn studenten en/of collega's uit doelgroep(en) van het project ook betrokken bij de uitvoering van het project (bijvoorbeeld het afnemen van interviews).  
Uiteraard moet de werving op een diversiteits sensitieve en inclusieve manier gebeuren, die alle studenten aanspreekt. Dat vergt dus diversiteits sensitieve medewerkers van (de werving van) het project.
- 3. Onderstreep het belang van de medewerking van de student voor de kwaliteit van onderwijs en leeromgeving.**  
Zeg niet alleen dát het belangrijk is dat de opleiding/ de organisatie inzicht krijgt in de ervaringen van studenten maar laat vooral zien waaruit dat blijkt: wat wordt er precies met de resultaten gedaan? Welke sleutelfiguren van de opleiding/organisatie hebben hun commitment gegeven aan dit project? Wie voeren het project uit en welke rol/invloed hebben zij in de organisatie?
- 4. Zoek de studenten actief op (i.p.v. mail, mededeling in digitale leeromgeving, etc.)**  
Gebruik actieve wervingsmethodes: ga langs gaan bij werkgroepen en colleges, bij sociale activiteiten (van studie- en studentenverenigingen), bij extra-curriculaire activiteiten. Vaak zijn deze momenten niet alleen voor de werving te gebruiken, maar ook voor de uitvoering: in de pauze en na afloop een paar interviews houden, bijvoorbeeld. Bijkomend effect is dat het de nodige reuring geeft: studenten zien van elkaar dat ze ergens aan meedoen en dit levert vaak meer animo op.

**5. Ga samenwerking aan met studentgeleding die direct contact heeft met groep die je wil benaderen.** Het gebeurt vaak dat studentgeledingen –zoals studieverenigingen en studentenverenigingen- slechts gebruikt worden als toegangspoort om studenten te bereiken. Dit geeft vaak weinig respons, ze zijn enkel doorgeefluik en dat wekt over het algemeen weinig belangstelling of enthousiasme. Zorg ervoor dat de studentgeleding mede-eigenaar wordt van het project en dat ze dus ook daadwerkelijk kunnen participeren; dat betekent dat zij ook hun input geven op bijvoorbeeld de interviewtopics en er serieus gekeken wordt hoe bijvoorbeeld hun verzoek om de resultaten te komen presenteren of samen door te denken over de implicaties, gerealiseerd kan worden. Zij zullen het project dan veel beter geïnformeerd en met meer bevoegdheid kunnen toelichten aan medestudenten.

**6. Waarborg anonimiteit en vertrouwen.**

Benadruk in je werving dat de bevindingen anoniem verwerkt worden en laat dit zien met een voorbeeld. Laat ook zien hoe er op een vertrouwelijke manier wordt omgegaan met wat studenten vertellen in interviews: het verslag gaat bijvoorbeeld altijd eerst langs de studenten die hebben meegewerkt met de vraag of zij juist zijn weergegeven in het verslag en instemmen met het opnemen van quotes, voordat het aan de opleiding wordt aangeboden.

**7. Gebruik een werkwijze die studenten aanspreekt.**

Studenten moeten vaak al evaluaties invullen na elk onderdeel van de studie of in een klankbordgroep participeren en kunnen 'evaluatie-moe' zijn. Gebruik zoveel mogelijk methodes om de studentstem in kaart te brengen die het voor studenten leuk en interessant maken om mee te doen. Stem dit af met studenten uit de doelgroep; zij weten het beste wat studenten bezighoudt en welke vorm hen zal aanspreken.

**8. Zet de sneeuwbalmethode in.**

Vraag studenten die meewerken om zelf ook weer studenten te enthousiasmeren. Dit werkt vaak het beste als de student een positieve indruk heeft opgedaan van het onderzoek, bijvoorbeeld na afloop van een interview. Als studenten op het moment dat zij zich opgeven om mee te doen al meteen gevraagd worden om ook iemand anders aan te dragen, kan dit averechts werken. Studenten hebben het gevoel dat het vooral om aantallen gaat en niet zozeer om hun eigen persoonlijke ervaring en bovendien weten ze nog niet uit eigen ervaring of ze het anderen wel of niet willen aanraden om mee te doen. Werken met de sneeuwbalmethode betekent dus ook dat de wervingsperiode over een langere periode wordt uitgesmeerd.