

MoDU – Beweging voor duurzame mode Doe wat je draagt

Inhoudsopgave

Missie, doelen en werking	1
Hoe vult MoDU de drie sociaal-culturele rollen in?	5
Hoe realiseert MoDU de twee gekozen functies?	10
<i>Een praktijk beschreven vanuit de functies: kledinggroepen</i>	<i>12</i>
<i>SYNTHESE OF “HET VERHAAL OVER JE PRAKTIJK”</i>	<i>27</i>

Missie, doelen en werking

Missie

MISSIE VAN MoDU

MoDU staat voor Mode Duurzaam Uitdragen en is een beweging voor duurzame mode. Kledij dragen we allemaal, maar doen we dat ook met liefde?

Voor MoDU is mode geen verschijnsel, maar een verduurzaming van de cultuur van wat, waarom en hoe we kleren dragen. MoDU brengt modeliefhebbers samen rond hun passie en laat mensen anders kijken naar hun kledij.

De liefde voor mode maakt niet blind. MoDU werkt aan een modecultuur met een kleinere ecologische voetafdruk en een duurzame kijk op het menselijke lichaam in al zijn diversiteit.



Doelen

STRATEGISCHE DOELEN

SD1:

Modeliefhebbers vinden elkaar in groepen en op activiteiten waar ze mode als een gedeelde ervaring beleven.

SD2:

Een duurzame blik op kledij en op wie die kleren draagt, vindt ingang in publieke debatten:

met het organiseren van reflectie;

het verspreiden van informatie;

de inzet van campagneteams.

SD3:

Mode met oog voor duurzaamheid en diverse lichamen is een gedeelde zorg van modeliefhebbers, regulerende overheden en de mode-industrie. MoDU brengt hen in contact en laat hen elkaar uitdagen.



Werking

BEELD VAN DE WERKING

MoDU maakt beweging rond mode met oog voor duurzaamheid en diverse lichamen. Mensen en groepen krijgen de kans om met die beweging mee te groeien. Vanuit die groeivisie kunnen mensen op verschillende momenten instappen – en doorgroeien – in MoDU als beweging. Hun praktijken spelen zich af rond drie clusters.

MoDU Event

MoDU opent de deuren van MoDU Event met een jaarlijkse, grote modeshow en een kledingruilbeurs voor het ruime publiek. Dat evenement is belangrijk voor de zichtbaarheid en naamsbekendheid van de organisatie. De dag is opgebouwd vanuit culturele processen en zet in op maatschappelijke beweging. Bezoekers worden uitgedaagd om hun eigen relatie met de kledingcultuur in vraag te stellen. De modeshow draait om één centraal thema en toont vanuit dat oogpunt verschillende outfits. De modeshow toont kledij niet (alleen) vanuit esthetisch oogpunt, maar durft kleren net als drager van culturele betekenis naar voor te schuiven. De bezoeker is een belevener van die culturele ontdekking, maar wordt ook geprikkeld. Dat zet zich verder tijdens het ruilen van kledij. Opnieuw blijkt nieuwe kledij verwerven geen individuele, maar een

	<p>gedeelde praktijk te zijn. De ruilbeurs presenteert zich ook als een meer duurzaam alternatief voor het aankopen van nieuwe kledij. Het publieke karakter van het evenement – en de bewuste aandacht die MoDU daarvoor genereert via (sociale) media – presenteert die alternatieven ook als kritische spiegel voor de brede maatschappij. MoDU toont aan de wereld hoe de gedeelde ervaring van kledingcultuur eruit kan zien én dat zij met de bezoekers van het evenement ook een draagvlak voor die culturele beweging hebben.</p>
Kledinggroepen	<p>Bezoekers van het MoDU Event die geprikkeld zijn, kunnen verder op ontdekking in een kledinggroep. MoDU werkt niet met een formeel lidmaatschap of vaste lokale afdelingen, maar geeft in die lokale groepen ruimte voor een meer duurzame verbinding met de organisatie. MoDU genereert vanuit de inschrijvingen voor die groepen ook inkomsten. De groepen vertrekken eerst vanuit een individuele beleving. In het traject 'Stilstaan bij je eigen kleerkast' krijgen de deelnemers vragen en opdrachten over de kleren die ze vaak dragen, over de kleren waarin ze zich goed voelen, de uitdaging om gedurende een maand met tien kledingstukken te leven ... Nadien reflecteert de groep verder over die opdrachten. MoDU kent in deze fase 13 groepen.</p>
Kledingruil en winkelwandelingen	<p>De groep werkt toe naar gedeelde ervaringen op (kleinere en lokale) kledingruilmomenten en winkelwandelingen. Steeds meer halen kledinggroepen hun kracht uit het sociale aspect van een gedeelde kledingcultuur. De ruimte voor kritische reflectie geeft de groep en haar leden een sterke basis voor maatschappelijk engagement. Samen worden ze uitgedaagd om ook dingen te organiseren. MoDU biedt hen daarvoor de formats van een kledingruil en een winkelwandeling aan. Daarnaast kunnen ze zelf initiatieven nemen zoals een productiebezoek, een repair café ... 7 kledinggroepen organiseren al meer activiteiten. Samen organiseerden zij zo 10 kledingruilbeurzen, 5 winkelwandelingen, 2 repair cafés en 1 productiebezoek.</p>
Campagnes	<p>Wie vanuit de kledinggroepen de missie en visie ook op een zichtbare en actieve manier wil uitdragen, kan zich aansluiten bij het campagneteam van MoDU. Het team bestaat uit vrijwilligers met steun van sociaal-cultureel werkers. Wat zij doen, krijgt voornamelijk vorm vanuit processen van maatschappelijke beweging. Dat campagneteam richt zich met prikkelende vragen tot een brede achterban en daagt hen bijvoorbeeld in een online campagne uit om te onderzoeken wie hun favoriete kledingstuk maakte. Dat soort campagnes zet in op kritisch bewustzijn dat mensen anders doet kijken naar hun leefwereld.</p> <p>Niet toevallig maakt de vraagstelling ook de koppeling met de kledingindustrie. MoDU zet met haar winkelwandelingen al duurzame retailers in het licht, maar met haar campagneteams wil ze ook grotere kledingketens bewegen en aanspreken. Dat gebeurt door leden van het</p>

	<p>campagneteam zelf door bijvoorbeeld open brieven te schrijven, en meer publiek door al wie zich bij de publieke campagnes aansluit. MoDU-campagneteams sluiten aan bij grotere Europese en mondiale bewegingen door deel te nemen aan congressen en daar getuigenissen te brengen, en praktijken te delen. Via die bewegingen kunnen ze wegen op een multinationale kledingindustrie.</p> <p>Internationale bewegingen richten zich ook op regulerende overheden zoals de Europese Unie die naast eigen arbeidswetten ook invoerregels kan invoeren. Dat vertaalt MoDU zelf meer rechtstreeks door campagneteams te laten overleggen met lokale overheden. Zij kunnen bij leegstaande winkelpanden voorrang geven aan duurzame handelaren. Zo gingen 5 kledinggroepen samen met het campagneteam in gesprek met hun lokale overheid. Dat soort praktijken deelt MoDU in Vlaanderen, maar ze inspireert ook andere partners in internationale netwerken.</p>
--	--

WERKING IN CIJFERS

MoDU Event	1 jaarlijks event met modeshow en kledingruilbeurs
Kledinggroepen	<p>21 groepen in Antwerpen, Berchem, Gent, Kortrijk, Hasselt, Mortsel, Sint-Gillis, Leuven, Dansaert, Mechelen, Dendermonde, Aalst, Brugge, Oostende, Turnhout, Maaseik, Genk, Dampoort, Brussel, Lier en Roeselare.</p> <p>Groepen die gingen kledingruilen in Gent (2 keer), Brussel (2 keer), Antwerpen, Hasselt, Mechelen, Kortrijk en Oostende.</p> <p>Groepen die gingen winkelwandelen in Gent, Mechelen, Antwerpen, Brussel en Hasselt.</p> <p>Groepen die kledij gingen repareren in Gent en Antwerpen.</p> <p>Groepen die op productiebezoek gingen in Gent.</p>
Campagnes	<p>5 lokale campagnes in Berchem, Mortsel, Gent, Mechelen en Leuven</p> <p>2 internationale congressen waar we getuigenissen brachten met leden van 3 kledinggroepen.</p>

Hoe vult MoDU de drie sociaal-culturele rollen in?

KRITISCHE ROL

Definitie decreet:

Het in vraag stellen van waarden, normen, opvattingen, instituties en spelregels en de publieke dialoog daarover voeren en voeren.

Drie invalshoeken

1. Waarom is het vanuit je missie belangrijk voor de samenleving dat je inzet op de kritische rol?
2. Wat wint de samenleving doordat je inzet op de kritische rol?
3. Wat wil je precies bereiken door in te zetten op de kritische rol?

Ons samenhangend verhaal over de kritische rol

Vanuit de missie van MoDU kunnen we de huidige positie van mode in de samenleving niet aanvaarden. Kledij als een wegwerpproduct is nefast voor de ecologische draagkracht van de aarde. De invulling van mode als de trend van het moment houdt er geen duurzaam lichaamsbeeld op na en bevestigt bij veel mensen het idee dat zij er door kleren niet bij kunnen horen. Als civiele actor bevraagt MoDU de mode-industrie als marktspeler en de overheid als regulator van die markt.

Door dat kritisch perspectief uit te dragen, maakt MoDU een andere kijk op mode en kleding mogelijk. In (online) campagnes roept MoDU marktspelers ter verantwoording. Met de vraag 'wie maakt mijn kledij?' als online stempel, biedt MoDU iedereen de kans om zich tot de kledingproducent van zijn favoriete kledij te richten. Met reflectieve vragen tijdens het MoDU Event of in lokale kledinggroepen daagt MoDU het publieke debat rond een meer duurzame mode-industrie uit. Voor de missie van MoDU is het essentieel dat die bewuste, reflectieve en maatschappelijk kritische stem deel is van de kledingcultuur.

VERBINDENDE ROL

Definitie decreet

Mensen verbinden met groepen, gemeenschappen en de brede samenleving door hen ruimtes te bieden waarin ze zich kunnen ontwikkelen in relatie tot anderen en door hen kansen te bieden op deelnemen en deelhebben aan die groepen, aan gemeenschappen en aan de brede samenleving.

Drie invalshoeken

1. Waarom is het vanuit je missie belangrijk voor de samenleving dat je inzet op de verbindende rol?
2. Wat wint de samenleving doordat je inzet op de verbindende rol?
3. Wat wil je precies bereiken door in te zetten op de verbindende rol?

Ons samenhangend verhaal over de verbindende rol

Kledingcultuur krijgt bij MoDU op een verbonden manier vorm. Mensen beleven mode en kledingcultuur samen. Het noodzakelijke tegenwicht dat MoDU in het huidige modelandschap biedt, komt voort uit een brede beweging. Die beweging is

noodzakelijk voor de verandering die MoDU wil brengen en moet een netwerk bieden dat raakt aan de marktspelers uit de mode-industrie, modeliefhebbers, duurzame kledingverdelers- en producenten, individuele consumenten ... Zij spelen allemaal een rol en vinden elkaar in MoDU. De visie van MoDU op kledingcultuur als een gedeelde ervaring steunt eveneens op die beweging. MoDU biedt leden, bezoekers en hun netwerk(en) de kans om zich met elkaar te verbinden op uiteenlopende momenten en plaatsen. Die verbinding raakt aan laagdrempelige gebruikers tijdens ontmoetingen op MoDU Event, het letterlijk delen (of ruilen) van kledij en het delen van een visie op kledij tijdens een ruilbeurs, het samen beleven en invullen van mode als cultuur tijdens een modeshow. Verbinding gaat ook verder voor mensen die samen een traject in een kledinggroep doorlopen en zo hun beeld op kledij, maar zeker ook hun zelfbeeld samen opnieuw vormgeven. In campagne teams zetten mensen zich in om de duurzame blik uit te dragen. Ze staan in contact met de mode-industrie. Kritisch, maar ook vaak vanuit een veranderidee en met advies. De campagne daagt ook nog meer mensen uit om zich te verbinden met de duurzame boodschap van de beweging.

LABORATORIUMROL

Definitie decreet

In maatschappelijk innoverende praktijken experimenteren met nieuwe maatschappelijke spelregels als antwoord op complexe samenlevingsvraagstukken.

Drie invalshoeken

1. Waarom is het vanuit je missie belangrijk voor de samenleving dat je inzet op de laboratoriumrol?
2. Wat wint de samenleving doordat je inzet op de laboratoriumrol?
3. Wat wil je precies bereiken door in te zetten op de laboratoriumrol?

Ons samenhangend verhaal over de laboratoriumrol

MoDU benadrukt in haar missie het belang van een andere blik op mode, zowel bij kledingliefhebbers als in de mode-industrie. In het huidige modelandschap lijken duurzaamheid en appreciatie voor kledij als een culturele expressie niet te verzoenen. De verantwoordelijkheid om die tweedeling te doorbreken, ligt vandaag schijnbaar bij individuele consumenten of bij kledingproducenten. MoDU wil hen samenbrengen, om bestaande alternatieven te delen en in groep een nieuwe omgang met kledij te ontwikkelen. MoDU neemt daarbij juist een duurzame culturele expressie als uitgangspunt.

De kledinggroepen, modeshow en kledingruilbeurs zijn plaatsen waar leden en bezoekers een nieuwe manier van omgaan met kledij kunnen oefenen. Ruilen en delen in plaats van kopen. Kledij bewust een plek in het leven geven in plaats van impulsaankopen. Een kledingcultuur gedeeld met een brede groep in plaats van het individuele kopen.

Leden en bezoekers van evenementen ontwikkelen samen een meer bewuste en duurzame omgang met kledingcultuur. MoDU draagt bij aan een beeld van mode die juist voor meer duurzaamheid zorgt en biedt zo een krachtig tegenbeeld voor de fast fashion industrie. Daarom geeft MoDU in winkelwandelingen ook veel aandacht en appreciatie voor winkels en merken die vanuit eenzelfde filosofie kledij maken.

Stap 2

INVULLING VAN DE ROLLEN

- Met deze vraag zoeken we niet naar een opsomming van praktijken, maar willen we weten wat je aanpak van een rol in zijn kern bepaalt. Scan eventueel de veelheid aan praktijken van je organisatie en kies daaruit enkele 'DNA-praktijken': praktijken die heel goed weergeven hoe je werkt aan de realisatie van je missie. Praktijken die de identiteit van je organisatie zichtbaar en beleefbaar maken. Praktijken waarvan je kan aannemen dat als ze zouden wegvallen, je werking een hiaat zou vertonen. Als je de gekozen praktijken naast elkaar legt, zouden ze samen een goed beeld moeten geven van de volle breedte van je werking.
- We zoeken naar wat je praktijken delen of gemeenschappelijk hebben zodat ze bijdragen aan de realisatie van deze rol. Welke elementen keren steeds terug in je praktijken die ervoor zorgen dat je bijdraagt aan de realisatie van deze rol?
...

KRITISCHE ROL kernpraktijken

Beschrijf op welke manier deze praktijk bijdraagt aan de realisatie van de kritische rol

Campagnes	<p>Online campagnes maken het kritische geluid van MoDU hoorbaar. Met eenvoudige engagementen kan een breed publiek zich achter die boodschap scharen. We laten ruimte om dat individueel in te vullen.</p> <p>In campagneteams zetten vrijwilligers zich in om kritische vragen te stellen aan relevante actoren. Dat doen ze in Europese of internationale netwerken waar ze acties ondernemen richting globale kledingproducenten. Evengoed richten ze zich lokaal naar beleidsverantwoordelijken.</p>
Kledinggroepen	Via het traject 'Stilstaan bij je kleerkast' en tijdens bijeenkomsten worden de deelnemers in de kledinggroepen uitgedaagd om stil te staan bij hun blik op mode.
MoDU Event	Via een centraal thema tonen we kledij in een culturele context. De modeshow draagt zo een beeld van mode als trend van het moment uit en geeft verschillende betekenissen die kleding heeft of kan hebben. Deelnemers worden tijdens MoDU Event aangezet tot reflectie in de moderatie van de modeshow en in de brochure.

VERBINDENDE ROL kernpraktijken

Beschrijf op welke manier deze praktijk bijdraagt aan de realisatie van de verbindende rol

Kledingruilen	Het ruilen van kleren zorgt ervoor dat mensen kledij delen, daardoor raken ze ook onderling verbonden met een meer duurzame visie op kleding.
----------------------	---

Kledinggroepen	In kledinggroepen wisselen mensen hun ervaringen met reflectieopdrachten uit, organiseren ze kledingruilen, gaan ze op winkelwandeling ... Voor die groepen staat het samen beleven van een kledingcultuur centraal.
Campagnes	In campagneteams voelen mensen zich verbonden in een gedeelde strijd. Ze dagen andere mensen, marktspelers en overheden uit met hun kritische inzet. Die uitdaging is telkens ook een uitnodiging om zich mee achter de doelen van MoDU te scharen.
Winkelwandelingen	Shoppert ontstaan hier als een gedeelde ervaring.

**LABORATORIUMROL
kernpraktijken**

Beschrijf op welke manier deze praktijk bijdraagt aan de realisatie van de laboratoriumrol

Kledingruilen	Ruilen van kledij als nieuwe spelregel vervangt hier het aankopen van nieuwe kleding. Naast een duurzaam hergebruik van kledij als product, zorgt het ruilen zelf ook voor een gedeelde ervaring rond kledij. Door de setting rond het kledingruilen (voorbereiding in kledinggroepen, MoDU Event dat de kledingcultuur in de verf zet) krijgt kledij een meer betekenisvolle rol.
Winkelwandelingen	Net als bij kledingruilen vervangt de gedeelde en de bewuste ervaring hier de manier van omgaan met kledij als een vluchtig (wegwerp)product. Hoewel er tijdens de wandeling nieuwe kledij wordt gekocht, worden deelnemers (via reflectie in het traject 'Stilstaan bij je kleerkast' en door de gids) uitgedaagd om stil te staan bij welke kledingstukken ze waarom aankopen.
MoDU Event	In de modeshow wordt een gekende setting gebruikt om een heel andere focus te leggen: niet op kleding trends, maar op de culturele betekenis van kledij.

**Stap
3&4**

OVERZICHT "INVULLING ROLLEN"

- Scan nu opnieuw het geheel van je praktijken en geef van elke praktijk aan, aan welke (type van) kernpraktijk die het meest verwant is. Hoewel iedere praktijk in de uitwerking en in hun concrete context verschilt, zijn veel praktijken een uitwerking van eenzelfde type (kern)praktijk.
- Het resultaat kan dan bijvoorbeeld zijn:
 - Voor kernpraktijk 1 vinden we 36 praktijken die een duidelijke verwantschap vertonen.
 - Voor kernpraktijk 2 vinden we er 4, en aan kernpraktijk 3 wijzen we ene 2-tal praktijken toe. Vul die getallen nu in in het overzicht 'invulling rollen'.

	MoDU Event	Kleding- groepen	Winkel- wandeling	Kledingruil	Campagne
Kritische rol					
Verbindende rol					
Laboratoriumrol					
Aantal gerealiseerde praktijken	1	21	5	11	1 online 5 lokaal 2 internat

Hoe realiseert 'MoDU' de twee gekozen functies?

Functies

VERANTWOORDING FUNCTIEMIX

MoDU draait om liefde voor mode. Niet voor kledij als een (wegwerp)product, maar om modecultuur. Door in de verf te zetten dat kledij een belangrijke drager van cultuur en betekenisgeving is, geven kleren meer erkenning. Die erkenning is nodig om te werken aan een duurzame en respectvolle blik op kledij en wie die draagt. Bij MoDU draait het dus om een cultuurverandering rond mode. Dat maakt duidelijk dat alle praktijken bij MoDU draaien op cultuurprocessen en processen van maatschappelijke beweging.

CULTUURFUNCTIE

Onze visie op cultuur

Kledij en mode zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden en zijn ook de centrale culturele tekens waarop MoDU zich richt. Vandaag kijkt de samenleving vooral naar kledij als een materiële expressie en naar mode als kunstvorm. Het eerste is een bijna betekenisloos (wegwerp)product, het tweede zorgt voor mooie, maar ondraagbare stukken. MoDU wil die tweedeling als spelregel uitdagen en veranderen. Bij MoDU komen kunst en materiële expressie samen in de gedeelde momenten op het MoDU Event, tijdens winkelwandelingen, in kledinggroepen ... Mode is immers vooral iets wat mensen en groepen samen beleven. Voor MoDU is duurzaamheid als brede waarde de basis om mode te beleven met respect voor het klimaat, de omstandigheden waarin kleding wordt gemaakt en de diverse lichamen die kleding dragen. We geven actief vorm aan mode als cultuur.

Voor die duurzame blik maken we ruimte door mensen, groepen en gemeenschappen bewust te maken van de betekenis die kledij vandaag al voor hen heeft. Onze aanpak kenmerkt zich door een reflectieve omgang met mode: in de opdrachten in het traject 'Stilstaan bij je kleerkast', in de moderatie van het MoDU Event ... Zo streven we naar een bewustzijn over de manier waarop kledij tot het cultureel repertoire behoort. Dat thematiseren we expliciet op MoDU Event waar we eerder 'dagelijkse' kleding tonen in de setting van een modeshow en waar we verschillende types kledij met elkaar verbinden vanuit hun betekenisgeving. We streven absoluut niet naar één goede of mooie stijl of naar kleding die vanuit één waarde betekenis heeft voor mensen, maar willen dat mensen reflecteren en bewust zijn van de waarden, normen en gewoontes die hun kledingkeuze beïnvloeden. We willen hen de tools geven om duurzaamheid en zelfliefde in hun kledingkeuze mee te nemen. Mensen krijgen de kans meer bewuste en dus meer bekwame kledingdragers te zijn.

Alle praktijken van MoDU zetten in op de gedeelde ervaring van kledingcultuur. Dat gaat van het letterlijk delen van kleren via ruilsystemen, het delen van ervaringen in het traject - 'Stilstaan bij je kleerkast' tot samen winkelen als een gedeeld moment. We vinden het erg belangrijk dat mensen die een eerste nieuwsgierige blik werpen op het kledinglandschap in contact komen met de ervaren en al erg geëngageerde leden van het campagneteam. Daarom moedigen we voldoende ontmoetingen aan in de lokale kledinggroepen en geven we hen tools om een breed publiek aan te spreken voor een kledingruil. Voor ons is deelnemen altijd een opstap naar het delen en erkennen van de eigen ervaringen. Waar nodig treden onze eigen sociaal-cultureel werkers op als experts. Zij geven kennis over duurzame kleding en verschillende betekenissen van kledij door als vorm van bewaren. Het draait steeds weer om het zichtbaar maken van de manier waarop kledij tot het cultureel repertoire behoort.

MAATSCHAPPELIJKE BEWEGINGSFUNCTIE

Onze visie op maatschappelijke beweging

MoDU is een beweging die streeft naar en strijdt om een duurzame omgang met mode. Duurzaamheid is een waarde die we breed invullen. We streven naar materialen, productie en transport van kleren met een lage ecologische impact, een productieproces waarin alle betrokkenen in goede en eerlijke omstandigheden werken en kledij die voor heel diverse lichamen comfortabel en mooi kan zijn. We zien duurzaamheid als een gedeelde strijd en bezorgdheid voor regulerende overheden, de mode-industrie en kledingdragers. We willen hen deelgenoot maken en betrekken bij de consensus dat een meer duurzame manier van omgaan met mode nodig is. Soms betekent dit dat we onze deelgenoten een spiegel voorhouden, streng toespreken of ter verantwoording roepen.

Onze beweging vertrekt vanuit een eigen missie die we met een brede groep burgers delen. Die achterban vindt zich in onze missie – of in een specifiek deel ervan, maar we willen ruimte maken voor verschillende soorten engagement. Dat start bij de reflectie over de eigen kledingkeuzes. Onze praktijken geven deelnemers alle tools in handen om daarover zelfbewuste kledingkeuzes te maken. Een online campagne – waarin mensen vragen aan de producent van hun favoriete kledingstuk wie hun kledij maakt – is erg laagdrempelig en maakt het voor mensen in en rond onze beweging mogelijk om deelgenoot te worden in onze strijd. Mooi is dat zij zich daarbij als kledingfan – want het merk maakt hun favoriete kledingstuk – bevragend kunnen opstellen.

Die houding waarbij we mensen, overheden en de mode-industrie een kritische spiegel voorhouden, maar ook betrekken bij alternatieven, is kenmerkend voor onze aanpak. In nationale en internationale campagnes tonen we wantoestanden aan en eisen we van overheden dat zij de noodzakelijke regulerende maatregelen nemen. Waar we wantoestanden tonen, zetten we ook duurzame alternatieven in het licht. In kledinggroepen en tijdens onze modeshow zien mensen elkaar en dus ook diverse lichamen. Tijdens winkelwandelingen bezoeken we winkels die duurzame keuzes maken. We maken ook actief ruimte voor alternatieven. Zo vragen we lokale besturen om duurzame winkeliers ruimte te geven bij een leegstandsmoedel. In bijna al onze praktijken verwijzen we ook naar het ruilen en delen van kleren als duurzaam alternatief van kopen. Doorheen verschillende praktijken met een andere insteek krijgen mensen en groepen de ruimte om hun eigen engagement mee vorm te geven.

Een praktijk beschreven vanuit de functies: kledinggroepen

Stap 1

DOELSTELLINGENKADER

- Vertel iets over de doelen die je met deze praktijk wil bereiken. Leg uit waarom het vanuit je missie of strategische doelen belangrijk is dat die doelen of resultaten gerealiseerd worden.

In onze missie omschrijven we ons als een beweging waarin modeliefhebbers elkaar kunnen ontmoeten. Daarvoor zijn de kledinggroepen de uitgelezen plaats. We definiëren mode (naast een materiële kunstvorm) ook als een gedeelde ervaring. Deelnemers doen die ervaring op in de kledinggroep en staan er ook bij stil. De duurzame invulling van mode krijgt in de kledinggroepen op een heel concrete manier vorm.

- 1) Modeliefhebbers vinden elkaar.
- 2) Mode bestaat als gedeelde ervaring. Deelnemers ervaren di-at in de groep en dragen dat uit.
- 3) Deelnemers ontwikkelen een waarderende blik op hun eigen lichaam.
- 3) Deelnemers reflecteren over de waarde en betekenis van kleding. Ze ervaren kleren als een onderdeel van hun cultureel repertoire.
- 4) Kledingruilen bestaat als alternatief voor nieuwe aankopen.
- 5) Duurzame alternatieven in de huidige mode-industrie worden ontgonnen.

Stap 2

ALGEMENE BESCHRIJVING

- Beschrijf kort en algemeen je praktijk, zodat iemand anders zich een helder beeld kan vormen van wat er gebeurt. Je beschrijft welke globale aanpak je hanteert om je doelen te bereiken. Je toont wie betrokken is bij die praktijk en hoe je werkt aan verandering en aan het bereiken van het resultaat. Daarbij heb je oog voor het perspectief van participanten en van sociaal-cultureel werkers.
- Wie als bezoeker aan het MoDU Event geprikkeld is, kan verder op ontdekking in een kledinggroep. MoDU werkt niet met een formeel lidmaatschap of met vaste lokale afdelingen, maar geeft in die lokale groepen ruimte voor een meer duurzame verbinding met de organisatie. MoDU genereert vanuit de inschrijvingen voor die groepen ook inkomsten. De groepen vertrekken eerst vanuit een individuele beleving. In het traject 'Stilstaan bij je eigen kleerkast' krijgen ze vragen en opdrachten over de kleren die ze vaak dragen, kleren waarin ze zich

goed voelen, de uitdaging om een maand met 10 kledingstukken te leven ... Nadien reflecteert de groep verder over de opdrachten. MoDU kent in deze fase 13 groepen.

De groep werkt toe naar gedeelde ervaringen op (kleinere en lokale) kledingruilmomenten en winkelwandelingen. Steeds meer halen kledinggroepen hun kracht uit het sociale aspect van een gedeelde kledingcultuur. De ruimte voor kritische reflectie geeft de groep en haar leden een sterke basis voor maatschappelijk engagement. Samen worden ze uitgedaagd om ook dingen te organiseren. Daarvoor biedt MoDU hen de formats van een kledingruil en een winkelwandeling aan. Daarnaast kunnen ze ook zelf initiatieven nemen zoals een productiebezoek, een repair café ... 7 kledinggroepen organiseren al meer activiteiten. Zo organiseerden zij samen 10 kledingruilbeurzen, 5 winkelwandelingen, 2 repair cafés en 1 productiebezoek.

Stap 3

BIJDRAGE TOT DE SOCIAAL-CULTURELE ROLLEN

- Leg uit wat je in deze praktijk doet om een kritisch perspectief een plek te geven. Toon hoe deze praktijk bijdraagt aan de invulling van je organisatie aan je kritische rol.
- Leg uit wat je in deze praktijk doet om mensen, groepen en gemeenschappen te verbinden. Toon hoe deze praktijk bijdraagt aan de invulling van je organisatie aan je verbindende rol.
- Leg uit wat je in deze praktijk doet om alternatieven uit te proberen en om te experimenteren met nieuwe maatschappelijke spelregels. Toon hoe deze praktijk bijdraagt aan de invulling van je organisatie aan je laboratoriumrol.
- Kritische rol:
Via het traject 'Stilstaan bij je kleerkast' en tijdens bijeenkomsten voelen de mensen in de kledinggroepen zich uitgedaagd om stil te staan bij hun blik op mode.
- Verbindende rol:
Door de reflecties bij het traject 'Stilstaan bij je kleerkast' in de kledinggroep te bespreken, wisselen mensen hun ervaringen met reflectieopdrachten uit. Het geeft hen gespreksonderwerpen om samen kledingcultuur te beleven. Naast samen praten, beleven mensen kledingcultuur ook als verbindend. Het ruilen van kleren zorgt ervoor dat mensen kledij delen en daarmee raken ze ook onderling verbonden met een meer duurzame visie op kleding. Tijdens winkelwandelingen wordt shoppen een bewust en gedeeld moment.

- **Laboratoriumrol:**
Het ruilen van kleren als nieuwe spelregel vervangt hier het aankopen van nieuwe kleding. Naast een duurzaam hergebruik van kleding als product, zorgt het ruilen zelf ook voor een gedeelde ervaring rond kleding. Door de setting rond het kledingruilen (voorbereiding in de kledinggroepen, MoDU Event dat kledingcultuur in de verf zet) krijgt kleding een meer betekenisvolle rol toebedeeld. Net als bij kledingruilen vervangt de gedeelde en de bewuste ervaring hier de omgang met kleding als een vluchtig (wegwerp)product. Hoewel er op de wandeling nieuwe kledij gekocht wordt, worden deelnemers (via reflectie in het traject 'Stilstaan bij je kleerkast' en door de gids) uitgedaagd om stil te staan bij welke kledingstukken ze waarom aankopen.

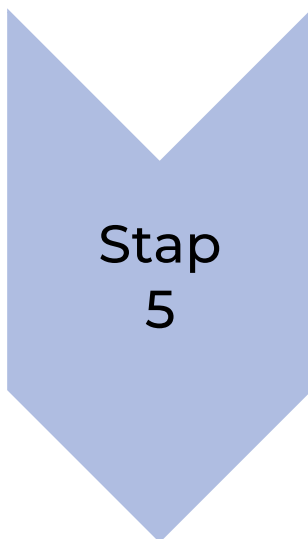


KEUZE FUNCTIEMIX

- In een praktijk realiseer je meestal meerdere functies samen. Maar vaak zijn niet alle functies het gevolg van doelgerichte interventies. Geef hieronder aan welke processen je met aanwijsbare en weloverwogen interventies nastreeft en realiseert. Die functies zal je in de rest van de oefening verder onderbouwen.

	Ja	Neen
Veranderingsprocessen gericht op leren	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Veranderingsprocessen gericht op gemeenschap vormen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Veranderingsprocessen gericht op maatschappelijk bewegen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Veranderingsprocessen gericht op cultuur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Cultuurfunctie



JE KIJKT NU MET DE BRIL VAN DE CULTUURFUNCTIE NAAR JE PRAKTIJK

- Vijf rubrieken vertrekken telkens van een centrale vraag, die één aspect van je praktijk verder verkent. Bij elke rubriek geven we enkele mogelijke antwoorden. Als voorzet. Om je te inspireren en je op weg te zetten in je verdere proces van beschrijven. De kern van dat antwoord staat telkens in het vet. Je vindt ook enkele woorden in het cursief die verwijzen naar de visietekst op de cultuurfunctie. Zo krijg je taal en inspiratie die jouw concrete praktijk helpen kaderen in de meer algemene visie van je organisatie op cultuur.
- Je kruist het antwoord/de antwoorden aan die het meest van toepassing zijn op je praktijk. Dat kunnen er dus meerdere zijn. Praktijken zijn immers vaak meerlagig of bestaan uit verschillende deelactiviteiten waarbinnen de processen ook verschillend van aard kunnen zijn. Je kan altijd nog een extra antwoord toevoegen: een specifieke benadering of keuze eigen aan je organisatie of je manier van werken.
- Nadien ga je met die eerste inspiratie telkens verder aan de slag en beantwoord je met een eigen tekst de daaropvolgende synthesevraag. Schrijf die tekst alsof je iemand die je organisatie niet kent, wil meenemen in hoe je in die praktijk doelgericht werkt aan het ondersteunen van maatschappelijke bewegingsprocessen. De tekstjes vormen in de slotsynthese na de vijf rubrieken de basis voor je samenhangende beschrijving van hoe deze praktijk bijdraagt aan de realisatie van de cultuurfunctie.



BIJ WIE WIL JE VERANDERING BEWERKSTELLIGEN MET HET CULTUURPROCES?

Wil je **verandering** teweegbrengen bij individuele mensen, groepen of gemeenschappen?

Deze praktijk ondersteunt mensen en maakt hen sterker in hun **individuele cultuurbeleving**. Door hen kennis of vaardigheden aan te bieden, geef je mensen de kans om zelf cultuur te maken (*creatie*) of cultuur (anders) te begrijpen (*delen of bewaren*). Je zet contexten op waarin mensen hun beleving van cultuur kunnen *delen*. Sommige praktijken geven mensen de kans cultuur te ervaren op momenten of plaatsen die voor hen voordien onbekend of ontoegankelijk waren (*deelnemen*).

x

In deze praktijk krijgen culturele ervaringen een **gedeelde betekenis in een groep**. Het *delen* van cultuur speelt in deze praktijk dus altijd een rol. De gedeelde betekenis kan ontstaan door het samen maken of *creëren* van culturele tekens, maar kan ook ontstaan uit het samen *deelnemen*

x

<p>aan een culturele activiteit. Door in te zetten op groepsvorming vanuit cultuur kan je ervoor zorgen dat culturele betekenissen ook gekend – en mogelijks ook gedeeld – worden door groepen voor wie die culturele tekens voordien nog ongekend of ontoegankelijk waren (<i>bewaren</i>).</p>	
<p>Deze praktijk draagt expliciet bij tot het maatschappelijk en sociaal gedeeld maken van een <i>cultureel repertoire</i>. Deze praktijk maakt het voor gemeenschappen mogelijk die culturele tekens die voor hen betekenis geven te <i>delen</i> en te <i>bewaren</i>. Dat brengt in die gemeenschappen en in de brede maatschappij de reflectie (<i>bevragen</i>) op gang over wat cultuur is en welke culturele tekens daartoe behoren. Zo worden mogelijk ook nieuwe culturele tekens deel van “de cultuur”.</p>	x
<p>...</p>	
<p>Beschrijf zo nauwkeurig mogelijk wat je wil dat er voor wie verandert door de culturele processen die je beoogt.</p> <p>In kledinggroepen vindt die betekenisverandering plaats bij individuele deelnemers door de (huiswerk)opdrachten in het traject ‘Stilstaan bij je kleerkast’. Iedere week krijgen deelnemers een uitdaging die rond hun kleding draait. De sociaal-cultureel werkers van MoDU vragen hen bijvoorbeeld om te kijken naar de kleren die ze hebben en vaak dragen. In de kledinggroep reflecteren deelnemers samen over waarom ze die kleren vaak dragen. De opdrachten en de reflectie nadien doen deelnemers stilstaan bij de betekenis van kleding in hun leven. Ze nemen foto’s en praten over kleren en wat ze met hun zelfbeeld doen. Ze zien dat er een verschil kan zijn tussen de types kleding die ze recent hebben gekocht, de kleding die hen goed zit en de kleren die ze vaak dragen. Ze zoeken kleren die voor hen bij bepaalde situaties past. Het in de diepte nadenken over kleren geeft kleding als drager van culturele betekenis zichtbaarheid. Net zo fundamenteel voor de visie van MoDU is de gedeelde cultuurervaring in de kledinggroepen. Door in groep over de opdrachten te reflecteren, haalt MoDU mode weg uit de individuele sfeer en zet ze in op een gedeelde kledingcultuur.</p>	

Rubriek
2

<p>HOE VERHOUDT HET CULTUURPROCES ZICH TEGENOVER DE BESTAANDE WERELD?</p>	
<p>Door te participeren aan jouw praktijk ontwikkelen deelnemers een bepaalde verhouding met de bestaande culturele tekens. Welke van onderstaande ‘verhoudingen’ beschrijven het best de beoogde cultuurprocessen?</p>	
<p>Je biedt mensen, groepen en gemeenschappen een culturele context aan waartoe zij kunnen behoren. Je wil mensen, groepen en gemeenschappen kennis laten maken met culturele tekens en hen die te laten begrijpen vanuit het idee dat zij dan beter of meer doordacht</p>	

kunnen deelnemen aan het samenleven zoals dat vandaag is.	
Je praktijk is erop gericht de bestaande cultuur in vraag te stellen of te <i>bevragen</i> om zo mensen, groepen en gemeenschappen de eigen culturele vanzelfsprekendheden te laten doorbreken. Ze schrijven zich niet in de bestaande culturele orde in, maar nemen daarin een onafhankelijke, zelfstandige of autonome en soms kritische positie.	X
Jouw praktijk als oefenkans (<i>bekwamen</i>) is ook de uitgelezen plek om alternatieven uit te proberen. Je biedt mensen, groepen en gemeenschappen niet alleen een blik op nieuwe culturele tekens (<i>behoren</i>), maar laat hen er ook actief mee aan de slag gaan. Zo ontwikkelen ze nieuwe culturele tekens of een nieuwe omgang met culturele tekens.	X
...	
<p>Leg uit waaraan je in deze praktijk kan zien dat participanten deze verhouding met de bestaande wereld ontwikkelen in het cultuurproces.</p> <p>De kledinggroepen zijn voor MoDU de uitgelezen plek voor een kritische reflectie over kledingcultuur. MoDU omschrijft de huidige wegwerpcultuur die wordt gekenmerkt door kortstondige trends en kleding dat één specifiek lichaamsbeeld verheerlijkt. De sociaal-cultureel werkers willen in de (thuis)opdrachten én bij de uitwisseling in groep kleren uit de banale sfeer ("het is maar kleding") halen. Het reflectief traject biedt een alternatieve houding. Daarin staan deelnemers stil bij kleding als een uiting van hun identiteit en positieve waardering van hun lichaam. Het traject als alternatief hangt logisch samen met de kritische reflectie die daarvan de grondslag vormt. Voor MoDU vloeit dat proces logisch in elkaar over. Daarnaast biedt MoDU ook ruimte voor een gedeelde kledingcultuur als alternatief voor individuele beleving. De gedeelde ervaring is ook een alternatief voor pleziershoppingen. MoDU werkt dat uit in kledingruilmomenten met de deelnemers van de kledinggroep. Vanuit hun eigen kritische onderzoek naar retailers van duurzame mode én de wil om ruimte te creëren voor gedeelde kledingbeleving, organiseert MoDU ook winkelwandelingen met lokale kledinggroepen. Voor hen hoort een bewuste winkelervaring voor te vloeien uit een bewust en gedeeld traject.</p>	

**Rubriek
3**

WELK BEELD HEB JE BIJ DE CULTURELE PRAKTIJK?	
Culturele tekens krijgen vorm in daarvoor speciaal ontworpen contexten. Formats of handelingsconcepten vertellen iets over de manier waarop je die contexten vormgeeft. Ze roepen beelden op waardoor we ons iets kunnen voorstellen bij wat er gebeurt.	
Mensen, groepen en gemeenschappen gaan in jouw praktijk aan de slag met (een centrale of verschillende)	

<p>kunstvormen. In kunsteducatieve praktijken ontdekken en ontwikkelen ze kennis en vaardigheden die hen in staat stellen kunst te begrijpen en te <i>creëren</i>. Je praktijk kan voor hen een kans zijn om kunst te ontdekken (<i>deelnemen</i>) of juist te <i>delen</i> met anderen.</p>	
<p>In jouw praktijk geven mensen, groepen en gemeenschappen via dingen uiting aan cultuur. Ze zien materiële expressie als dragers van cultuur en kunnen ze ook begrijpen. Misschien maken ze zelf dingen die het mogelijk maken cultuur (ook over de tijd heen) te <i>bewaren</i>.</p>	
<p>Mensen, groepen en gemeenschappen staan in jouw praktijk stil bij of gaan actief aan de slag met immateriële expressie als drager van cultuur. Ze vertellen of tonen elkaar (<i>delen</i>) of aan anderen (<i>bewaren</i>) hun verhaal.</p>	
<p>Jouw praktijk draait om een moment waarop cultuur gedeeld wordt. Mensen, groepen en gemeenschappen krijgen de kans om dat moment met elkaar of met anderen samen te beleven. Andere mensen, groepen en gemeenschappen krijgen op dat moment de kans nieuwe culturele ervaringen op te doen.</p>	x
<p>In deze praktijk sta je bewust stil bij gewoontes en de normen en waarden waarvan zij de uitdrukking zijn.</p>	
<p>...</p>	
<p>Leg helder uit waarom juist deze context het best bijdraagt aan wat je met de cultuurfunctie in deze praktijk wil bereiken.</p> <p>De kledinggroepen komen regelmatig (online) samen rond een opdracht die hun kritische reflectie prikkelt. Ze worden gevraagd te zoeken naar een kledingstuk dat hun lichaamsvormen benadrukt of juist te kijken naar iets wat ze ooit kochten, maar nog nooit droegen. Ze leggen samen een zoektocht af. Dat proces bouwt op naar de kledinguilmomenten en winkelwandelingen. Het kijken naar en ruilen of aankopen van kleren krijgt zo een nieuwe betekenis. Hier ontstaat een gedeelde culturele beleving rond kleding. MoDU geeft die culturele invulling vanuit een positief ontmoeten ("het is leuk"), maar neemt haar kritische houding zeker mee. Zo wil MoDU door een bewust kritische invulling een culturele en kritische lading aan shoppen geven.</p>	

**Rubriek
4**

<p>WELKE ROL(LEN) SPEEL JE VOORNAMELIJK ALS SOCIAAL-CULTUREEL WERKER IN HET OPZETTEN VAN CULTUURPROCESSEN?</p>	
<p>Als sociaal-cultureel werker is jouw rol vormend voor de praktijk. Je begeleidt wellicht activiteiten, maar je rol kan zich net zo goed meer achter de schermen afspelen.</p>	
<p>Als inhoudelijk expert deel je je diepe kennis over culturele tekens. Je biedt participanten kennis of vaardigheden aan die hen toelaten cultuur te begrijpen (<i>behoren</i>). Met jouw aanbod kunnen mensen, groepen en</p>	

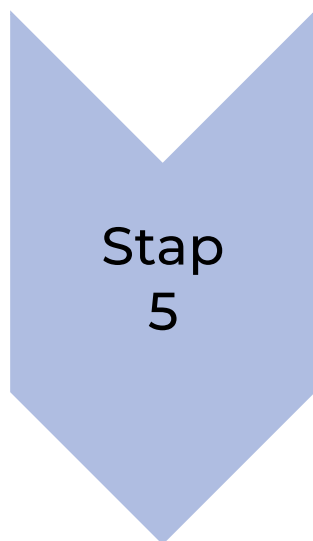
gemeenschappen een kritische blik op cultuur ontwikkelen (<i>bevragen</i>).	
Als regisseur/dirigent stuur je het <i>creëren</i> van culturele tekens aan. Je geeft de voorzet waarmee mensen, groepen en gemeenschappen zelf aan de slag gaan (<i>bekwamen</i>).	
Als trainer/docent ondersteun je bij het inoefenen van culturele kennis en vaardigheden. Met jouw ondersteuning kunnen mensen, groepen en gemeenschappen aan de slag (<i>bekwamen</i>).	
Als procesbegeleider geef je een heldere bedding aan het proces van samen culturele tekens creëren. Vanuit een <i>dynamische cultuurvisie</i> geef je mensen, groepen en gemeenschappen de kans cultuur te <i>delen of te bewaren</i> .	x
Als facilitator/ontwerper zet je open contexten op voor culturele creatie of ervaringen. In die context nodig je mensen, groepen en gemeenschappen uit om <i>deel te nemen</i> .	x
...	
<p>Toon zo helder mogelijk wat je als sociaal-cultureel werker precies doet om de cultuurprocessen mogelijk te maken. Omschrijf hoe je die rol(len) precies invult.</p> <p>De sociaal-cultureel werkers prikkelen deelnemers in hun kritisch denken. Dat doen ze door opdrachten te geven. Hierbij legt de sociaal-cultureel werker de nadruk op individueel bewustzijn over wat kleding kan en mag betekenen. Tijdens de bijeenkomsten nemen zij ook het kaderen van een kledingruil of winkelbezoek op zich. Ze hebben daarin een praktische rol, maar vullen die bijeenkomsten ook in als een culturele context. Dat betekent dat ze ruimte inbouwen voor reflectie en uitwisseling. Ze staan stil bij individuele vragen zoals: welke kleren zoek je, en waarom? Welke betekenis had de kleding die je wil weggeven? ... Daarnaast grijpen ze de bijeenkomsten aan om de gedeelde beleving van kledingcultuur te benadrukken. In het traject staan ze stil bij de betekenis van kleding in sociale momenten. Het ruilen van kleren is een manier om in groep naar kleding te zoeken en daarbij de hulp van anderen in te roepen. Vraag en aanbod zijn hier geen marktmechanismen, maar kunnen een zoektocht zijn in een sociale groep. Impliciet gebruiken de sociaal-cultureel werkers ontmoeting en ontspanning om die gedeelde beleving te versterken en uitnodigend te maken</p>	

Rubriek
5

WELKE ROL(LEN) SPELEN DE PARTICIPANTEN VOORNAMELIJK IN DE CULTUURPROCESSEN?	
Participanten geven ook mee vorm aan het cultuurproces. Ze beïnvloeden de keuzes en de werking.	
Als ontdekkers genieten ze van culturele activiteiten waaraan ze <i>deelnemen</i> . Ze doen als individu of in groep kennis of vaardigheden op en ontdekken nieuwe dingen.	x

Als creatievelingen maken ze, leren en ontwikkelen ze of experimenteren ze met culturele tekens. Ze gaan actief aan de slag om dingen te <i>creëren</i> .	
Als draggers van hun cultuur <i>delen</i> ze hun culturele tekens met elkaar en met anderen en verkennen ze het verschil. Door dingen te maken of te tonen, zorgen ze er ook voor dat culturele tekens <i>bewaard</i> blijven.	
Als kritische burgers reflecteren ze over hun gewoonten, smaken of voorkeuren, of over hoe cultuur en culturele tekens gewaardeerd kunnen worden (<i>bevragen</i>).	
Als voortrekkers experimenteren ze met nieuwe culturele tekens die betekenis kunnen geven aan het leven. Ze voegen iets nieuw toe aan wat vandaag de culturele norm is of stellen er iets voor in de plaats (<i>dynamische en meervoudige cultuurvisie</i>).	X
...	
<p>Toon zo helder mogelijk wat participanten precies doen om de cultuurprocessen mogelijk te maken. Omschrijf hoe ze die rollen precies invullen.</p> <p>MoDU spreekt deelnemers aan op hun kritische inzet. Als introductie dagen ze deelnemers uit: hoe kies jij kleren? En hoe maak je de juiste keuze? Ze gaan ervan uit dat wie deelneemt aan een kledinggroep op zoek wil naar een nieuwe invulling van kledingcultuur. MoDU versterkt de kritische reflectie van de deelnemers door het stellen van vragen en het inzetten op dialoog. Daarnaast gaat MoDU ervan uit dat wie lid wordt van een kledinggroep, ook op zoek is naar de gedeelde ervaring. De winkelwandelingen zetten hier het meest expliciet op in. Deelnemers leren nieuwe winkels en merken kennen die inzetten op duurzaamheid. Het organiseren en uitnodigen tot samen winkelen maakt dat tot een cultureel moment.</p>	

Maatschappelijke bewegingsfunctie



JE KIJKT NU MET DE BRIL VAN DE MAATSCHAPPELIJKE BEWEGINGSFUNCTIE NAAR JE PRAKTIJK

- Vijf rubrieken vertrekken telkens van een centrale vraag, die één aspect van je praktijk verder verkent. Bij elke rubriek geven we enkele mogelijke antwoorden. Als voorzet. Om je te inspireren en je op weg te zetten in je verdere proces van beschrijven. De kern van dat antwoord staat telkens in het vet. Je vindt ook enkele cursieve woorden die verwijzen naar de visietekst op de maatschappelijke bewegingsfunctie. Zo vind je taal en inspiratie die jouw concrete praktijk helpen kaderen in de meer algemene visie van je organisatie op maatschappelijke beweging.
- Je kruist het antwoord/de antwoorden aan die het meest van toepassing zijn op je praktijk. Dat kunnen er dus meerdere zijn. Praktijken zijn immers dikwijls meerlagig of bestaan uit verschillende deelactiviteiten waarbinnen de processen ook verschillend van aard kunnen zijn. Je kan altijd een extra antwoord toevoegen: een specifieke benadering of keuze eigen aan je organisatie of je manier van werken.
- Nadien ga je met deze eerste inspiratie telkens verder aan de slag en beantwoord je met een eigen tekst de synthesevraag die volgt. Schrijf deze tekst alsof je iemand die je organisatie niet kent, wil meenemen in hoe je in deze praktijk doelgericht werkt aan het ondersteunen van maatschappelijke bewegingsprocessen. De tekstjes vormen in de slotsynthese na de vijf rubrieken de basis voor je samenhangende beschrijving van hoe je praktijk bijdraagt aan de realisatie van de maatschappelijke bewegingsfunctie.



BIJ WIE WIL JE VERANDERING BEWERKSTELLIGEN MET HET MAATSCHAPPELIJK BEWEGINGSPROCES?

Wil je verandering teweegbrengen bij individuele mensen, groepen, gemeenschappen of instituties?

Deze praktijk wil vooral **individuele mensen in hun leefwereld** anders doen kijken en handelen om zo bij te dragen aan een maatschappelijk doel. Dat betekent bewust maken, andere handelingsmodellen aanreiken die je als burger, consument, deel van een gemeenschap ... kan toepassen. Dat betekent arrangementen aanbieden voor individueel *engagement*. X

Deze praktijk wil vooral **groepen** aanzetten om zich maatschappelijk anders op te stellen of andere maatschappelijke spelregels te hanteren. Samen de dialoog voeren over wat maatschappelijk waardevol is, X

<p>samen tot bewustwording komen en samen andere gewoonten en praktijken ontwikkelen die uitdrukking geven aan een gewenst <i>maatschappelijk engagement</i>.</p>	
<p>Deze praktijk zet vooral in op cultuurveranderingen en het veranderen en verschuiven van maatschappelijke betekenissen, normen en spelregels. Het publieke debat moet opschuiven in de richting van een maatschappelijk waardevol doel. Dat betekent dat een gemeenschap of samenleving als geheel anders moet gaan kijken naar of praten over een maatschappelijke kwestie. Of er anders moet mee omgaan. Of nieuwe en betere maatschappelijke spelregels moet verkennen en realiseren.</p>	
<p>Deze praktijk wil vooral andere maatschappelijke actoren en instituties doen bewegen en structurele veranderingen tot stand brengen. De overheid, met haar wetgeving, politieke spelers, instituties en voorzieningen. Marktspelers zoals producenten, verdelers en dienstverleners. Of andere middenveldactoren zoals vakbonden, lobbygroepen en belangenbehartigers.</p>	
<p>...</p>	
<p>Beschrijf zo nauwkeurig mogelijk wat je wil dat er voor wie verandert door de maatschappelijke bewegingsprocessen die je beoogt.</p>	
<p>De kledinggroepen vertrekken vanuit en versterken de persoonlijke kijk van mensen op kledingcultuur. MoDU richt de blik van deelnemers door hen vragen te stellen en opdrachten te geven. Kleding krijgt een meer duurzame en waardevolle betekenis voor deelnemers. Ze kijken op een nieuwe manier naar hun kleerkast en naar de betekenis van kleding. Ze gaan op zoek naar een manier om hun kledingkeuzen te laten bepalen door hun eigen lichaam en waarden, meer dan de trends van het moment.</p> <p>MoDU zet jaarlijks op meerdere plaatsen kledinggroepen op en werkt zo in veel groepen aan een breder gedragen verandering in het perspectief op kleding. In die zin zijn kledinggroepen zijn een vrijplaats of laboratorium om de dialoog rond duurzame kleding en een waarderend lichaamsbeeld te beoefenen.</p>	

Rubriek
2

<p>HOE VERHOUDT HET MAATSCHAPPELIJK BEWEGINGSPROCES ZICH TEGENOVER DE BESTAANDE WERELD?</p>	
<p>In maatschappelijke bewegingsprocessen ontwikkel je altijd een verhouding met de wereld zoals hij op dit moment bestaat. Welke van onderstaande 'verhoudingen' beschrijft het best de beoogde maatschappelijke bewegingsprocessen?</p>	
<p>Met deze praktijk wil je in de eerste plaats bestaande stromen en ideeën in de samenleving versterken of verbreden. Je geeft ze zichtbaarheid, je geeft mensen de kans om er zich bij aan te sluiten of om ze mee op te nemen.</p>	

Met deze praktijk versterk je vooral het kritische bewustzijn tegenover hoe de dingen nu lopen. Processen van bewustwording en het normatief beoordelen van je kijk op de wereld staan centraal. Je stelt de bestaande maatschappelijke spelregels in vraag.	
Met deze praktijk ontwerp je alternatieven voor waar het in jouw ogen misloopt. Je verbeeldt je hoe het anders kan en op welke manier je nieuwe, betere maatschappelijke spelregels in praktijk zou kunnen brengen. Je zet experimenten op om die nieuwe spelregels ook te realiseren en zo te ontdekken hoe je ze kan laten werken.	x
...	
<p>Leg uit waaraan je in deze praktijk kan zien dat participanten deze verhouding met de bestaande wereld ontwikkelen in het maatschappelijk bewegingsproces.</p> <p>In de kledinggroepen gaan deelnemers in gesprek met elkaar en reflecteren ze over hun eigen kledingkeuzes en lichaamsbeeld. Door in dialoog te gaan met anderen werken ze aan een nieuwe invulling van kledingcultuur. Zo ontstaat een meer gedeelde beleving van mode en wordt het kiezen van kleding een bewust proces. Die gedeelde en bewuste ervaring is een alternatief voor het aankopen van kleding uit massaproductie. De kledinggroepen maken een ommekeer van de huidige mode-industrie die met steeds meer en sneller opvolgende collecties kleding als wegwerpproduct in de hand werkt.</p>	

Rubriek
3

WELK BEELD HEB JE BIJ DE PRAKTIJK VAN MAATSCHAPPELIJKE BEWEGING?	
Maatschappelijke bewegingsprocessen krijgen vorm in daarvoor speciaal ontworpen contexten. Formats of handelingsconcepten vertellen iets over de manier waarop je die contexten vormgeeft. Ze roepen beelden op waardoor we ons iets kunnen voorstellen bij wat er gebeurt.	
Met deze praktijk creëer je ruimte of arrangementen voor het opnemen van een maatschappelijk engagement . Je geeft mensen de kans om bewust een maatschappelijke positie te kiezen die verwijst naar de gewenste verandering in de samenleving. Of je biedt hen arrangementen aan waardoor ze daadwerkelijk zelf mee drager worden van de verandering: manieren van handelen, rollen, kentekens, acties, netwerken ...	x
Met deze praktijk voed en voer je het publieke debat om zo de maatschappelijke kwestie zichtbaar te maken en onder de aandacht te brengen. Bewustwording staat centraal.	X
Met deze praktijk eis je heel gericht een gewenste verandering : je zet wat moet gebeuren op de agenda en je contesteert daarmee uitdrukkelijk de bestaande toestand.	

<p>Met deze praktijk maak je de gewenste verandering al waar, minstens gedeeltelijk in de context van een experiment. Je toont daadwerkelijk hoe het anders kan. Je maakt een voorafbeelding of 'prefiguratie' van hoe de wereld er beter zou kunnen uitzien.</p>	
...	
<p>Leg helder uit waarom juist deze context het best bijdraagt aan de maatschappelijke bewegingsprocessen die je voor ogen hebt.</p> <p>MoDU daagt deelnemers van de kledinggroepen actief uit – via opdrachten en in het gesprek – om hun ervaringen ook buiten de kledinggroep te delen. Zij dragen een nieuwe kledingcultuur uit. Daarnaast gaat MoDU zelf ook actief aan de slag met hun ervaringen uit de kledinggroepen. Door die groepen zichtbaarheid te geven, verspreiden ze het idee van een gedeelde kledingervaring breder. Bij het faciliteren van de shoppingdagen van de kledinggroepen geeft MoDU positieve aandacht aan duurzame kleding en retailers hiervan.</p> <p>Voor sommige deelnemers is de kledinggroep een opstap naar de campagneteams. Zij gaan aan de slag in de publieke ruimte en met spelers uit de mode-industrie en geven zo het thema duurzame kleding meer aandacht.</p>	

Rubriek
4

<p>WELKE ROL(-EN) SPEEL JE VOORNAMELIJK ALS SOCIAAL-CULTUREEL WERKER IN HET OPZETTEN VAN MAATSCHAPPELIJKE BEWEGINGSPROCESSEN?</p>	
Als sociaal-cultureel werker is jouw rol vormend voor de praktijk. Je begeleidt mogelijks activiteiten, maar je rol kan zich net zo goed meer achter de schermen afspelen.	
Als inhoudelijk expert breng je kennis en inzichten in relatie tot de maatschappelijke kwestie over en help je mensen om die te verwerken en zich eigen te maken.	X
Als coach help en ondersteun je mensen om hun engagementen of experimenten waar te maken.	X
Als coach help je mensen om zich uit te spreken en zelf op te komen voor hun ideeën of belangen.	
Als belangenbehartiger vertegenwoordig je de stem van je achterban in publieke discussies, agendasetting, onderhandeling ...	
Als militant/aanjager overtuig je mensen om zich in te zetten voor de maatschappelijke beweging. Je bent ambassadeur van de gewenste maatschappelijke verandering.	
Als campagnewerker ontwerp je maatschappelijke campagnes met het oog op het versterken van maatschappelijk engagement en het beïnvloeden van het publieke debat.	

Als 'laborant' zet je experimenten op om uit te proberen wat anders en beter zou kunnen werken en zo nieuwe maatschappelijke spelregels werkbaar te maken.	
Als bemiddelaar breng je mensen met uiteenlopende visies en belangen bij elkaar om nieuwe consensus tot stand te brengen of minstens de tegenspraak zichtbaar te maken.	
Als makelaar breng je spelers bij elkaar en smeed je coalities.	
...	
<p>Toon zo helder mogelijk wat je als sociaal-cultureel werker precies doet om de maatschappelijke bewegingsprocessen mogelijk te maken. Omschrijf hoe je die rol(len) precies invult.</p> <p>Tijdens de groepsgesprekken en bij de winkelwandelingen doen de medewerkers van MoDU waardevolle inbreng vanuit hun kennis over duurzame kleding. Hun belangrijkste rol blijft echter het reflectieproces van de deelnemers ondersteunen en actief mee vorm geven en uitdragen.</p>	

Rubriek
5

WELKE ROL(LEN) SPELEN DE PARTICIPANTEN VOORNAMELIJK IN DE MAATSCHAPPELIJKE BEWEGINGSPROCESSEN?	
Participanten geven ook mee vorm aan het maatschappelijke bewegingsproces. Ze beïnvloeden de keuzes en de werking.	
Ze vormen mee draagvlak voor onze zaak	X
Ze voeden ons met hun ervaringen en inzichten om onze rol als belangenbehartiger te kunnen spelen.	X
Ze spelen de rol van ambassadeurs van of netwerkers voor onze zaak en zoeken anderen op om hen mee te nemen in ons verhaal.	
Ze spreken zich als burgers publiekelijk uit over onze zaak: live of via media.	
Ze spelen een actieve trekkersrol bij het bedenken, ontwerpen of het uitvoeren van publieke acties.	
Ze nemen expliciet een maatschappelijk engagement op.	
Ze nemen zelf initiatief om te experimenteren met alternatieven en nieuwe maatschappelijke spelregels.	
...	
<p>Toon zo helder mogelijk wat participanten precies doen om de maatschappelijke bewegingsprocessen mogelijk te maken. Omschrijf hoe ze die rollen precies invullen.</p> <p>MoDU hoopt/verwacht dat wie aan een kledinggroep deelneemt, groeit in engagement. Wat uit individuele nieuwsgierigheid start, wordt meer fundamenteel door het te voeden met een sterke groep en gedeelde reflectie. Deelnemers worden aangemoedigd om familie en vrienden te betrekken bij hun reflectieproces ("welke kledingstukken zijn</p>	

volgens hen met jou als persoon verbonden?"). De online vraagstellingen en uitwisselingen delen zich ook prima tot het delen van foto's op sociale media. Zo richt iedere deelnemer zich op een breder en groeiend publiek.

Stap 6

SYNTHESE OF 'HET VERHAAL OVER HOE JE PRAKTIJK DE MAATSCHAPPELIJKE BEWEGINGSFUNCTIE REALISEERT'

Overloop nu de vijf vorige rubrieken. Schrijf op basis van je antwoorden een beknopt, samenhangend en logisch verhaal over hoe je praktisch de maatschappelijke bewegingsfunctie realiseert. Een op zichzelf staand verhaal dat je aan een buitenlander kan vertellen.

MoDU zet jaarlijks op meerdere plaatsen kledinggroepen op en werkt zo in veel groepen aan een breder gedragen verandering in het perspectief op kleding. In die zin zijn kledinggroepen een vrijplaats of laboratorium om de dialoog rond duurzame kleding en een waarderend lichaamsbeeld te beoefenen.

De kledinggroepen vertrekken vanuit en versterken de persoonlijke kijk van mensen op kledingcultuur. MoDU inspireert de blik van deelnemers door hen vragen te stellen en opdrachten te geven. Kleding krijgt een meer duurzame en waardevolle betekenis voor deelnemers. Ze kijken op een nieuwe manier naar hun kleerkast en naar de betekenis van kleding. Ze gaan op zoek naar een manier om hun kledingkeuzen door hun eigen lichaam en waarden te laten bepalen, meer dan de trends van het moment.

Voor sommige deelnemers is de kledinggroep een opstap naar de campagneteams. Zij gaan aan de slag in de publieke ruimte en met spelers uit de mode-industrie en geven zo het thema duurzame kleding meer aandacht. MoDU hoopt/verwacht dat wie aan een kledinggroep deelneemt, in engagement groeit. Wat uit individuele nieuwsgierigheid start, wordt meer fundamenteel door het te voeden met een sterke groep en gedeelde reflectie. Deelnemers worden aangemoedigd om familie en vrienden te betrekken bij hun reflectieproces ("welke kledingstukken zijn volgens hen met jou als persoon verbonden?"). De online vraagstellingen en uitwisselingen delen zich ook prima tot het delen van foto's op sociale media. Zo richt iedere deelnemer zich op een breder en groeiend publiek.

In de kledinggroepen gaan deelnemers in gesprek met elkaar en reflecteren ze over hun eigen kledingkeuzes en lichaamsbeeld. Door in dialoog te gaan met anderen, werken ze aan een nieuwe invulling van een kledingcultuur. Tijdens een kledingruilbeurs komt ruilen in de plaats van kopen. Tijdens winkelwandelingen zet MoDU duurzame kledingverkopers en -producenten in het licht. In kledinggroepen ontstaat een meer gedeelde beleving van mode en wordt het kiezen van kleding een bewust proces. Die

gedeelde en bewuste ervaring is een alternatief voor het aankopen van kleding uit massaproductie. De kledinggroepen maken een ommekeer van de huidige mode-industrie die met steeds meer en sneller opvolgende collecties kleding als wegwerpproduct in de hand werkt.

Stap 7 (optioneel)

SYNTHESE OF "HET VERHAAL VAN DE MoDU KLEDINGGROEPEN"

- Leg de synthese antwoorden die je in stap 6 gaf vanuit de verschillende functies naast elkaar. Bundel hen tot 1 praktijkbeschrijving dat het verhaal van jouw praktijk vertelt vanuit de bril van de sociaal-culturele functies.

MoDU zet jaarlijks op meerdere plaatsen kledinggroepen op en werkt zo in veel groepen aan een breder gedragen verandering in het perspectief op kleding. Kledingcultuur staat centraal bij MoDU. MoDU stelt dat kleding vandaag vaak als een louter gebruiksvoorwerp en zelfs als een wegwerpproduct wordt gezien. In kledinggroepen ontstaat kledingcultuur als een gedeeld moment waarin kledingdragers een bewust duurzame blik hanteren. In die zin zijn kledinggroepen een vrijplaats of laboratorium om de dialoog rond duurzame kleding en een waarderend lichaamsbeeld te beoefenen.

De kledinggroepen vertrekken vanuit en versterken de individuele beleving van kledingcultuur. In het traject 'Stilstaan bij je eigen kleerkast' geven de sociaal-cultureel werkers van MoDU wekelijks vragen en opdrachten aan deelnemers over de kleren die ze vaak dragen, kleding waarin ze zich goed voelen, de uitdaging om een maand met 10 kledingstukken te leven ... De sociaal-cultureel werkers willen in de (thuis)opdrachten én bij de uitwisseling in groep kleding uit de banale sfeer ("het is maar kleding") halen. Kleding krijgt een meer duurzame en waardevolle betekenis voor deelnemers. Ze kijken op een nieuwe manier naar hun kleerkast en naar de betekenis van kleding. Ze gaan op zoek naar een manier om hun kledingkeuzen te laten bepalen door hun eigen lichaam en waarden, meer dan de trends van het moment. Het traject als alternatief hangt logisch samen met de kritische reflectie die daarvan de grondslag vormt. MoDU spreekt met de reflectieopdrachten deelnemers aan op hun kritische inzet. We gaan ervan uit dat wie aan een kledinggroep deelneemt, op zoek wil naar een nieuwe invulling van kledingcultuur. MoDU versterkt de kritische reflectie van de deelnemers door het stellen van vragen en het inzetten op dialoog. Daarnaast gaat MoDU ervan uit dat wie lid wordt van een kledinggroep, ook op zoek is naar de gedeelde ervaring.

Daarom organiseert een sociaal-cultureel werker in de eerste fase na iedere opdracht een (online) reflectiemoment in groep. In een latere fase is de groep hiervoor zelf verantwoordelijk.

MoDU kent in deze fase 13 groepen. Door in groep over de opdrachten te reflecteren, haalt MoDU mode weg uit de individuele sfeer en zet ze in op een gedeelde kledingcultuur. Door in dialoog te gaan met anderen, werken ze aan een nieuwe invulling van kledingcultuur. Deelnemers leggen samen een zoektocht af en ondersteunen elkaar. De sociaal-cultureel werkers maken in de uitwisselingen erg veel ruimte om in te gaan op de (verschillende) sociale betekenissen van kleding. De groep kijkt kritisch naar de sociale verwachtingen van kleding in bepaalde situaties en vraagt zich af hoe zij daarmee omgaan. Met de eigen reflectieve opdrachten en de uitwisselingen in de groep krijgen ze tools in handen om ook in hun eigen omgeving dat culturele aspect van kleding uit te dagen. Impliciet gebruiken de sociaal-cultureel werkers ontmoeting en ontspanning om die gedeelde beleving te versterken en uitnodigend te maken. Wat uit individuele nieuwsgierigheid start, wordt meer fundamenteel door het te voeden met een sterke groep en gedeelde reflectie. Deelnemers worden aangemoedigd om familie en vrienden te betrekken bij hun reflectieproces ("welke kledingstukken zijn volgens hen met jou als persoon verbonden?"). De online vraagstellingen en uitwisselingen delen zich ook prima tot het delen van foto's op sociale media. Zo richt iedere deelnemer zich op een breder en groeiend publiek. In de kledinggroepen gaan deelnemers in gesprek met elkaar en reflecteren ze over hun eigen kledingkeuzes en lichaamsbeeld.

Steeds meer halen kledinggroepen hun kracht uit het sociale aspect van een gedeelde kledingcultuur. Zo ontstaat de gedeelde ervaring ook als een alternatief voor pleziershopping. De ruimte voor kritische reflectie geeft de groep en haar leden een sterke basis voor maatschappelijk engagement. Samen worden ze uitgedaagd om dingen te organiseren. Daarvoor biedt MoDU hen de formats van een kledingruil en een winkelwandeling aan. Daarnaast kunnen ze ook zelf initiatieven nemen zoals een productiebezoek, een repair café ... 7 kledinggroepen organiseren al meer activiteiten. Zo organiseerden zij samen 10 kledingruilbeurzen, 5 winkelwandelingen, 2 repair cafés en 1 productiebezoek.

Met kledingruilen en winkelwandelingen geven ze ook actief vorm aan de gedeelde kledingcultuur. Ze gaan hier samen op zoek naar kleding die bij hen past vanuit een duurzaamheidsperspectief. Het kijken naar en ruilen of aankopen van kleding krijgt zo een nieuwe betekenis. Hier ontstaat een gedeelde culturele beleving rond kleding. MoDU geeft die culturele invulling vanuit een positief ontmoeten ("het is leuk"), maar neemt haar kritische houding zeker mee. Vanuit haar eigen kritische onderzoek naar retailers van duurzame mode én de wil om ruimte te creëren voor gedeelde kledingbeleving, organiseert MoDU de winkelwandelingen met lokale kledinggroepen. Voor hen hoort een bewuste winkelervaring voort te vloeien uit een bewust en gedeeld traject. MoDU wil juist door een bewust kritische invulling een culturele en kritische lading aan

shoppen geven. De sociaal-cultureel werkers prikkelen deelnemers in hun kritisch denken. Dat betekent dat zij ruimte inbouwen voor reflectie en uitwisseling. Ze staan stil bij individuele vragen zoals: welke kleren zoek je, en waarom? Welke betekenis had de kleding die je wil weggeven? ... Daarnaast grijpen ze de bijeenkomsten aan om de gedeelde beleving van kledingcultuur te benadrukken. Het kledingruilen is een manier om in groep naar kleding te zoeken en daarbij de hulp van anderen in te roepen. Vraag en aanbod zijn hier geen marktmechanismen, maar kunnen een zoektocht zijn in een sociale groep. Die gedeelde en bewuste ervaring is een alternatief voor het aankopen van kleding uit massaproductie. De kledinggroepen maken een ommekeer van de huidige mode-industrie die met steeds meer en sneller opvolgende collecties kleding als wegwerpproduct in de hand werkt.