

In 4 stappen naar inclusieve communicatie

— Het werkmodel waarmee je inclusief kan leren communiceren.

Beantwoord de vragen uit het stroomschema en ontdek welke strategie jij het best kan gebruiken.

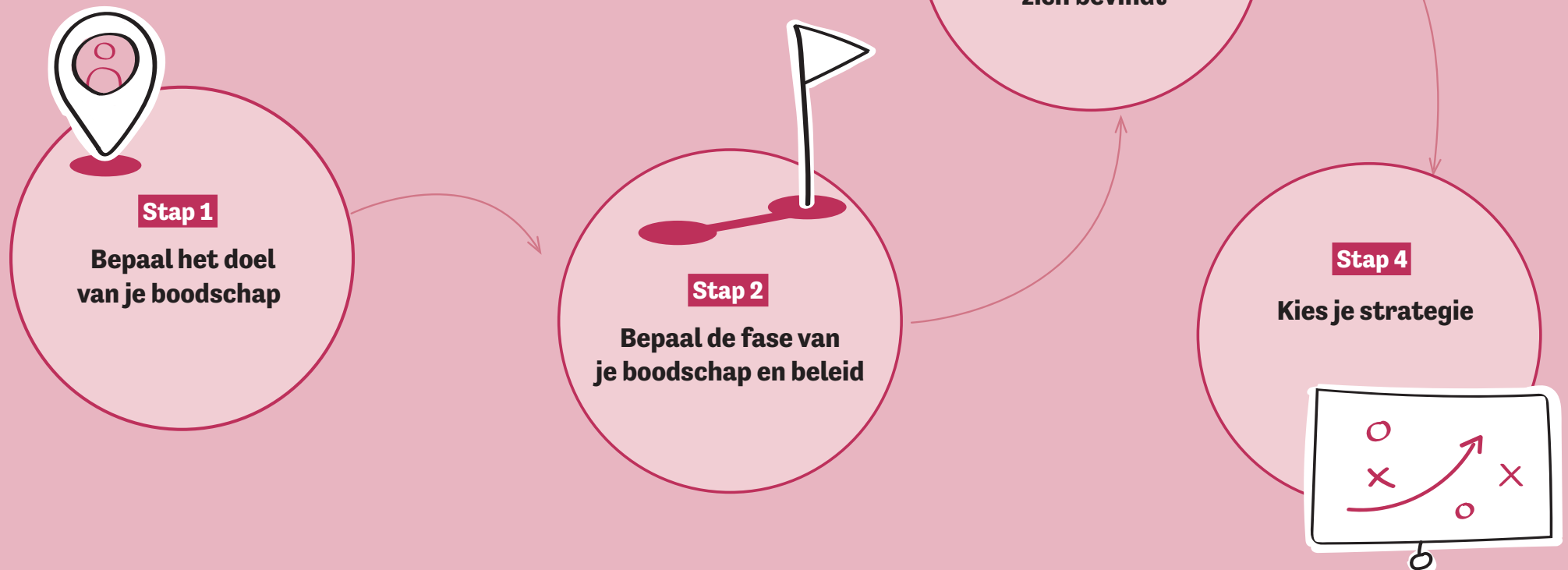
Een verschil maken voor mens en samenleving. Dat doen we bij Connect iedere dag.

Het zit in ons DNA. Onze samenleving wordt namelijk steeds gevarieerder.

Hoe je een grotere en meer diverse doelgroep kan bereiken? Door in te zetten op inclusieve communicatie.

Dit model is geïnspireerd op:

Het communicatiekruispunt, Betteke van Ruler



Stap 1 Het doel van je boodschap bepalen

- Wat is jouw boodschap en wat wil je bereiken?
Wat is het doel van je boodschap?

Bekendmaking

Je wil een beslissing of beleid bekendmaken.

- Voorbeeld: je organisatie maakt bekend dat ze op de website steeds een audioversie toevoegen aan iedere webtekst om toegankelijker te zijn

-

-

Beïnvloeding

Je doelpubliek moet ook iets met de informatie doen

- Voorbeeld: iedereen ertoe aanzetten hun voornaamwoorden in hun e-mailhandtekening te zetten

-

-

Stap 2 De fase van je boodschap en beleid bepalen

— In welke fase bevindt jouw boodschap en het beleid zich?

Ontwikkeling

Jouw boodschap en/of beleid is nog in ontwikkeling. In deze fase is er nog ruimte voor aanpassingen.

- *Voorbeeld: er wonen veel anderstaligen in je gemeente en je wil hen meer betrekken en beter informeren, maar je onderzoekt nog wat de beste manier is en wat de scope van het probleem is*

●

●

Afgerond

Je beleid is afgerond, met een duidelijk afgelijnde boodschap. Er is geen ruimte meer voor verandering.

- *Voorbeeld: alle teksten die jouw organisatie publiceert zullen genderneutraal taalgebruik hanteren en dit wordt binnen de organisatie getoetst voor publicatie*

●

●

Stap 3 De fase van het doelpubliek bepalen

— In welke fase bevindt jouw doelpubliek zich?

(Latent) geïnteresseerd publiek

Er is een bepaalde interesse bij je doelpubliek, maar nog niet veel kennis en/of bewustzijn.

- *Voorbeeld: er is interesse in de ontwikkelingen op vlak van gender en inclusiviteit, maar je doelpubliek weet nog niet goed wat de gangbare termen zijn, hoe ze die moeten gebruiken of waarom*

-

Bewust

Er is al bewustzijn. Je hebt een informatiebehoefte publiek.

- *Voorbeeld: er is bepaalde kennis over gender-stereotypen en -terminologie en je doelgroep wil graag bijleren over de juiste manier van communiceren*

-

Actief

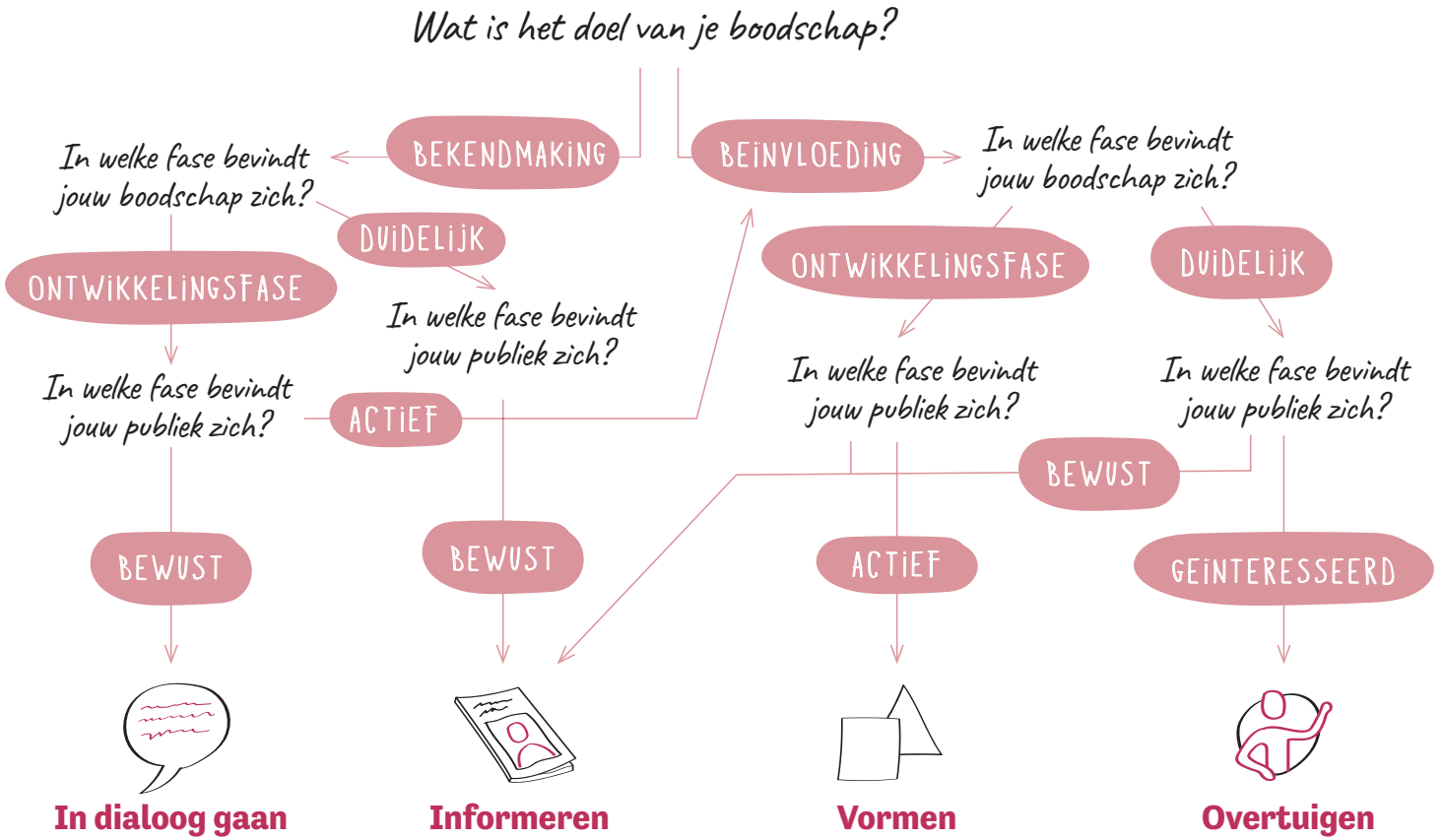
Er is bewustzijn én je doelpubliek zet zich er al actief voor in.

- *Voorbeeld: je publiek gebruikt al (meestal) de juiste termen op vlak van gender en inclusiviteit of doet toch veel moeite*

-

Aan de slag! Het stroomschema naar jouw ideale strategie

- Doorloop het stroomschema en ontdek welke strategie jij het beste kan gebruiken op basis van je boodschap en doelgroep.



Stap 4 Kies je strategie

— Ontdek op basis van de uitkomsten van het stroomschema welke strategie jij het beste kan toepassen.

GECONTROLEERD EENRICHTINGSVERKEER



Informereren

— Eerste hulp bij menings- of besluitvorming

- **Wat?** Mensen informeren en aan het denken zetten. Je focust op wie je wil bereiken en legt de nadruk op het zenden.
- **Voorbeeld:** de boodschap in de taal van jouw doelgroep(en) vertalen (opletten met taalwetgeving!) of via de door jouw doelgroep(en) gebruikte kanalen/media verspreiden



Overtuigen

— Op een overtuigende manier inlichten

- **Wat?** Sturen van kennis, houding, attitude en/of gedrag. Je focust op het overtuigen van een standpunt of de waarde van kennis. De nadruk ligt op het bewerken van je doelgroep(en).
- **Voorbeeld:** cijfers gebruiken om te duiden dat discriminatie alleen maar negatieve gevolgen heeft

BEKENDMAKING



In dialoog gaan

— Een brugfunctie mogelijk maken

- **Wat?** Standpunten leren kennen en meningen in kaart brengen door de dialoog aan te gaan. Je focust op het verzamelen van oplossingen en legt de nadruk op het gesprek.
- **Voorbeeld:** een overleg of kleinschalige brainstorm organiseren met je doelgroep

BEINVLOEDING



Vormen

— Public relations

- **Wat?** Afstemmen met stakeholders, met focus op het zoeken naar een gemeenschappelijk belang. De nadruk ligt op dialoog én afstemming.
- **Voorbeeld:** participatie organiseren om tot een shared understanding te komen

TWEERICHTINGSVERKEER

Een overzicht

	Overtuigen	Informereren	In dialoog gaan	Vormen
Wat?	Sturing van kennis, houding, attitude en/of gedrag	Aan het denken zetten	Standpunten leren kennen en meningen & opinies in kaart brengen	Afstemmen en omgaan met tegenstrevende opinies
Doel	Beïnvloeding	Bekendmaking		Beïnvloeding
Boodschap	Afgerond		Ontwikkelingsfase	
Doelpubliek	(Latent) geïnteresseerd	Bewust		Actief
Richting	Gecontroleerd eenrichtingsverkeer		Tweerichtingsverkeer	
Nadruk op	Informereren + bereiken en bewerken van doelgroep(en)	Zenden: informatie overbrengen	Gesprek: bemiddelen & standpunten overbrengen	Dialogoog + afstemming: relatie in stand houden en gemeenschappelijke boodschap creëren
Focus	Overtuigen van standpunt of waarde van kennis	Wie bereiken?	Oplossingen verzamelen	Zoeken naar gemeenschappelijke belangen
Resultaat vergroten	Feedback & feedforward		Interactieve beleidsvorming	Relaties managen
	Reclame of propaganda	Boodschap vertalen of via juiste kanalen verspreiden	Kleinschalige overleggen en brainstorm met doelgroep	Participatie organiseren

Tel je score en ontdek de geschikte strategie

— Zet jij al in op inclusieve communicatie, maar wil je weten hoe ver jij al staat? Ontdek hoe inclusief je nu al communiceert via onderstaande tabel. Elk vakje is 1 punt waard. Tel de punten op om te weten hoe ver jij al staat op vlak van inclusieve communicatie en vind de geschikte strategie voor jezelf.

Hoe inclusief communiceer jij?

Boodschap via verschillende media en drager	Eenvoudige taal (niveau A2 of B1)	Neutraal taalgebruik
Verschillende talen	Rekening houden met kleurcontrast	Vakjargon vermijden
Genoeg sociale context	Uitdrukkingen en spreekwoorden vermijden	Geen kleine of onduidelijke lettertypen en enkel hoofdletters waar nodig
Toegankelijk: voldoende contactmogelijkheden die makkelijk te vinden zijn	Geen stereotypen	Digitoeegankelijkheid is in orde

Scoor jij 0-3 Punten?



Informereren

Scoor jij 4-6 Punten?



Overtuigen

Scoor jij 7-9 Punten?



In dialoog gaan

Scoor jij 10-12 Punten?



Vormen