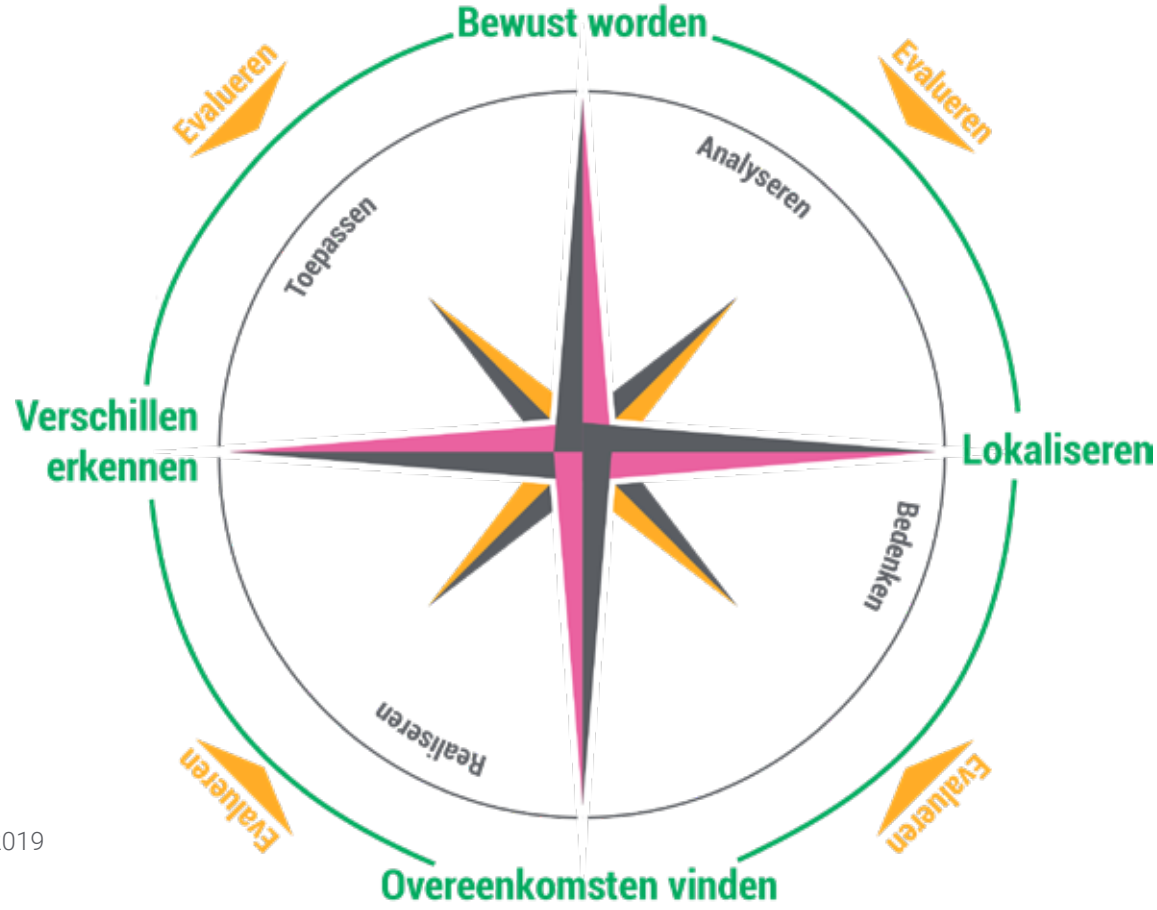
AUTEURS
Lineke van Hal
Joke Hermes
Karel Koch
Cemil Yilmaz




maart 2019

EEN PROCESBESCHRIJVING VOOR PROFESSIONALS EN ORGANISATIES IN HET PUBLIEKE DOMEIN

# KOMPAS VOOR INCLUSIEVE COMMUNICATIE

# Inhoudsopgave


Inclusief communiceren door publieke organisaties 3

1.1 Visievorming 3
1.2 Draagvlak 4
1.3 Competente professionals 4

Inclusief communiceren in de praktijk 5

2.1 Een circulair perspectief op communicatie 5
2.2 Macht in communicatie 5
2.3 Werkdefinitie van inclusief communiceren 5

Een kompas voor inclusieve communicatie 7

3.1 Bewust worden van eigen positie en aannames 8
3.2 Lokaliseren van belangen en belanghebbenden 9
3.3 Overeenkomsten vinden tussen belanghebbenden 11
3.4 Verschillen erkennen waar rekening mee gehouden moet worden 12

Durven leren 13

4.1 Tussentijds evalueren 13
4.2 Open beleid 13

Praktische voorbeelden van inclusief communiceren 14

5.1 Bewust worden van eigen positie en aannames 14
5.2 Lokaliseren van belangen en belanghebbenden 14
5.3 Overeenkomsten vinden tussen belanghebbenden 15
5.4 Verschillen erkennen waar rekening mee gehouden moet worden 16

# 1 Inclusief communiceren door publieke organisaties

Uw organisatie heeft te maken met een grote diversiteit aan mensen. Hoe gaat u om met al deze verschillen? Hoe zo te communiceren dat er niet onbedoeld bijgedragen wordt aan gevoelens van uitsluiting of aan het versterken van vooroordelen tussen (groepen) burgers? Daar gaat deze handreiking over.

De in Utrecht gevestigde organisaties Saluti en Artikel1-Midden Nederland hebben namens het gemeentelijk programma 'Utrecht zijn we samen' aan Kennisplatform Integratie & Samenleving (KIS) gevraagd hoe communicatie inclusiever kan, met name als het etnische en religieuze diversiteit betreft.

Voorliggende handreiking geeft inzichten voor inclusief communiceren voor professionals in/en organisaties in het publieke domein. De inzichten zijn gebaseerd op een theoretische verkenning, gesprekken met experts en het 'experimenteren' met inclusief communiceren in vier publieke organisaties.

Dit 'inclusieve communicatie'-project is uitgevoerd door een consortium van de volgende partijen: Kennisplatform Integratie & Samenleving, Hogeschool Inholland, IZI-Solutions, Saluti en Artikel1-Midden Nederland.

Wanneer mensen het gevoel hebben dat communicatie vanuit de overheid of instellingen niet op hen is gericht of hen in een negatief daglicht zet, kan dit bijdragen aan gevoelens en praktijken van uitsluiting. Vooroordelen tussen groepen burgers kunnen hierdoor worden versterkt en bijdragen aan verdere polarisatie. Het is daarom van belang dat organisaties in hun communicatie rekening houden met de burgers op wie zij zich richten. Inclusief communiceren kan daaraan bijdragen.

## 1.1 Visievorming

Professionele communicatie is ingebed in organisatiestructuren. Uitgangspunten voor inclusief communiceren moeten dan ook weerspiegeld worden in de visie en werkwijzen van organisaties.

> Inclusieve communicatie is een inhoudelijke keuze van een organisatie en heeft gevolgen voor hoe je als organisatie werkt. Het vraagt voorbereiding en de bereidheid om werkprocessen waar nodig aan te passen.

Het helpt om hierbij aandacht te hebben voor vragen als:
- Waarom willen wij als organisatie inclusief communiceren?
- Wat willen we daar in investeren?
- En wat zijn we bereid te veranderen?

Maar ook:
- Hoe communiceren we nu?
- En hoe is die communicatiecultuur tot stand gekomen?

Als je de antwoorden op bovenstaande vragen scherp hebt, weet je waar de krachten, ontwikkelvragen en eventuele lastigheden binnen je organisatie zitten.

## 1.2 Draagvlak

Een organisatieverandering vraagt draagvlak op de werkvloer. Zowel op beleids-, management- als op uitvoeringsniveau. Dit betekent dat het belang van inclusief communiceren organisatiebreed begrepen en onderschreven wordt. Het kan dus niet top- down worden ingevoerd.

## 1.3 Competente professionals

Het is belangrijk dat medewerkers de juiste kennis, houding en vaardigheden hebben om inclusief te kunnen communiceren. Dit betekent dat de organisatie bij de aanname van nieuw personeel aandacht moet hebben voor deze competenties en het zittend personeel hier zo nodig op moet trainen.

Het gaat om competenties als:
- Luisterend vermogen.
- Uit kunnen stellen van eigen oordeel.
- Gevoeligheid voor (machts)verschillen.
- Samenwerkende houding.
- Reflectief vermogen.
- Verbindingskracht.

Het houden van intervisiebijeenkomsten draagt bijvoorbeeld bij aan voortdurende professionalisering op dit thema. De vragen uit deze handreiking, kunnen hiervoor worden gebruikt.

# 2 Inclusief communiceren in de praktijk

## 2.1 Een circulair perspectief op communicatie

Communiceren wordt vaak begrepen als een lineair proces, waarin een zender via een bepaald medium een boodschap overbrengt aan een ontvanger. In dit proces is de zender de communicerende partij die in grote mate bepaalt wat en op welke wijze gecommuniceerd wordt. Op deze lineaire benadering valt echter nogal wat af te dingen:

- De 'ander' is geen passieve ontvanger, maar geeft zelf ook actief vorm aan de communicatie.
- Boodschappen komen niet altijd aan zoals de zender dat heeft bedoeld.

Een **circulair perspectief op communicatie**, waarin deelnemers aan het communicatieproces elkaar voortdurend beïnvloeden, biedt een vertrekpunt voor inclusief communiceren.

> In een circulair proces ligt de nadruk niet op zenden en ontvangen, maar worden alle betrokkenen gezien als communicatiepartners die elkaar beïnvloeden.

Inclusief communiceren vraagt om niet in termen van zenders en ontvangers van communicatieboodschappen te denken en te handelen, maar om de stap te zetten naar **partnerschap** in communicatie.

## 2.2 Macht in communicatie

In communicatieprocessen, ook in het geval van inclusieve communicatie, is sprake van **machtsverschillen** tussen betrokkenen. Zo is bijvoorbeeld de 'beïnvloedingsmacht' van medewerkers van gevestigde instanties vaak groter dan die van burgers. En die van mensen die een dominante culturele groep vertegenwoordigen groter dan die van mensen in een minderheidspositie. Inclusief communiceren vraagt dan ook gevoeligheid voor machtsverschillen en de effecten daarvan. Én oog voor mogelijkheden om meer gelijkwaardigheid te creëren in het communicatie.

## 2.3 Werkdefinitie van inclusief communiceren

Op basis van voorgenoemde aspecten is de volgende werkdefinitie van inclusief communiceren geformuleerd:

> Inclusief communiceren is een proces dat mogelijk maakt dat belanghebbenden zich erkend, gerespecteerd, en deelgenoot voelen van de kwestie waar de communicatie zich op richt.

Erkenning, respect en deelgenootschap in je communicatieproces realiseren vraagt aandacht voor wie belanghebbenden zijn en wat voor hen van belang is. **Door samen te werken met de mensen die belang hebben bij het betreffende communicatievraagstuk, ontstaat gevoeligheid voor wat er voor hen toe doet.** De verschillende belangen die spelen zijn van invloed op het communicatieproces en de communicatieboodschap(pen).

# 3 Een kompas voor inclusieve communicatie

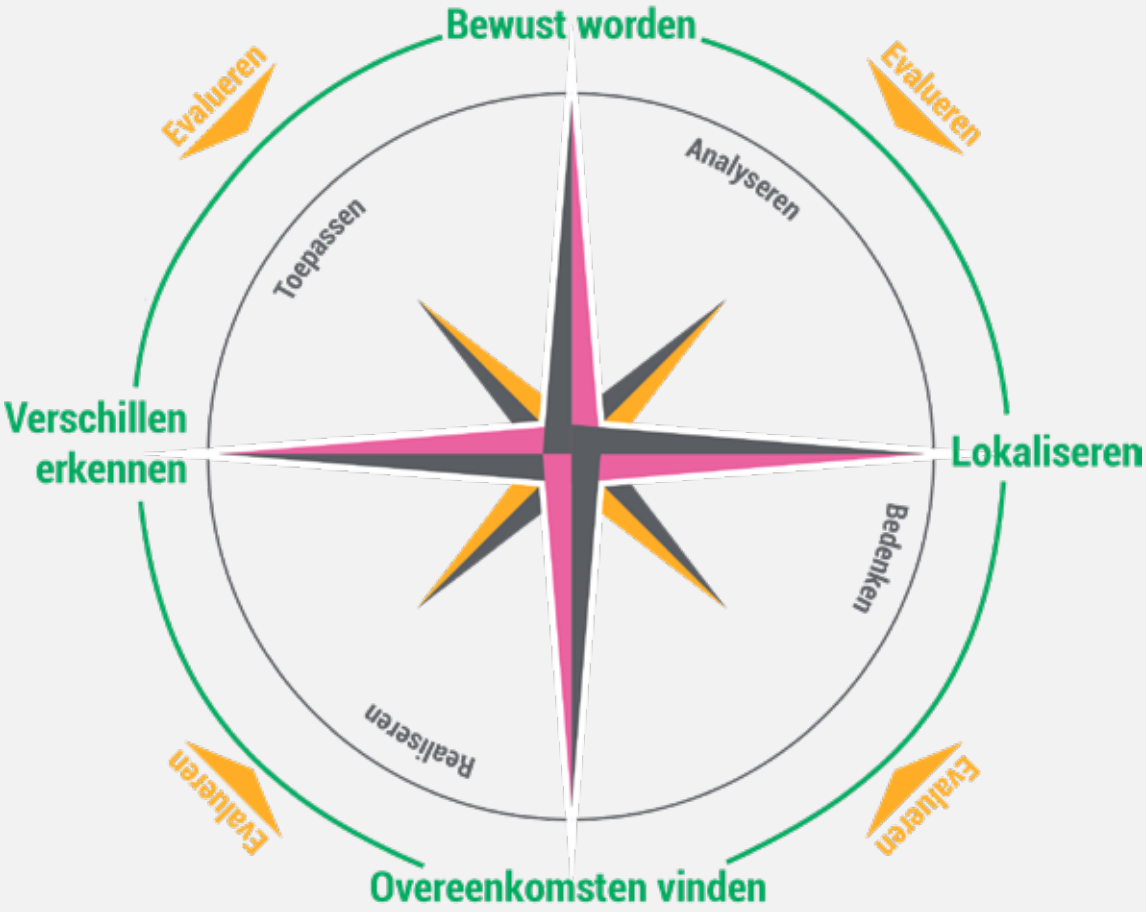
Professionele communicatie wordt in handboeken weergegeven in een cyclus die bestaat uit analyseren, bedenken, realiseren en toepassen van een communicatieboodschap. Het vertrekpunt van dit veel gebruikte model is de communicerende professional die met een bepaalde boodschap zo goed mogelijk een bepaalde (doel)groep wil bereiken. Ook al wordt dit model vaak in een cirkel weergegeven, de uitgangspunten zijn eigenlijk lineair. Namelijk een zendende professional die een communicatieboodschap ontwikkeld en deze richt op een ontvangende doelgroep.

Een inclusieve benadering van communicatie waarbij communicatie opgevat wordt als een circulair en wederkerig proces, waarin altijd sprake is van machtsverschillen, vraagt om andere vertrekpunten.

In onderstaand kompas (figuur 1) staan richtinggevende aspecten van inclusief communiceren weergegeven, namelijk:

1. Bewust worden
2. Lokaliseren
3. Overeenkomsten vinden
4. Verschillen erkennen

Deze aspecten van de (groene) ‘inclusieve cyclus’ worden hieronder stapsgewijs toegelicht. In het plaatje staat (grijze) ‘reguliere’ communicatiecyclus in het midden. Inclusief communiceren vraagt het doorlopen van beide cycli.




Figuur 1: Kompas voor Inclusief Communiceren

## 3.1 Bewust worden van eigen positie en aannames

Inclusieve communicatie vraagt om bewustwording van ieders positie in communicatie. Als communicerende professional ben jij je eigen instrument. De manier waarop je naar de wereld en andere mensen kijkt, beïnvloedt de manier waarop je communiceert. Inclusieve communicatie vereist daarom reflectie op je eigen positie en aannames. Bovendien communiceer je als professional vanuit het belang van de organisatie waar voor je werkt, en ben je dus ook in die zin niet neutraal. Ook diegenen met wie je communiceert kennen jou een identiteit toe op grond van je functie, voorkomen en je taalgebruik. Je hoort voor hen bij een bepaalde groep. Dit is allemaal van invloed op hoe communicatie verloopt.

## 3.2 Lokaliseren van belangen en belanghebbenden

Inclusief communiceren gaat over concrete situaties waarin specifieke wensen, vragen, behoeften en problemen van belanghebbenden spelen. Als organisatie wil je mensen bereiken met een bepaald doel. Je wilt ze informeren over veranderingen - een plein wordt gerenoveerd - of je wilt onrust voorkomen omdat er een asielzoekerscentrum wordt geopend. De mensen die je wilt bereiken hebben óók hun agenda's, belangen, zorgen en behoeften. Lokaliseren gaat dan om het benoemen van de specifieke belangen die intern en extern spelen bij de kwestie waar de communicatie zich op richt.

Lokaliseren houdt je als professional scherp op wie er in het communicatievraagstuk geïncludeerd moet worden en waarom je dat als professional belangrijk vindt. Lokaliseren gebeurt het best in samenspraak met de mensen die belang hebben bij het vraagstuk. Dit betekent dat het communicatievraagstuk pas duidelijk kan worden als helder is wat voor belanghebbenden van belang is.

Door te lokaliseren baken je af op wie en wat het te kiezen communicatiemiddel (een filmpje, posters, een bijeenkomst) betrekking heeft. Inclusief communiceren betekent namelijk niet dat je iedereen wilt bereiken, maar dat je je gericht wil verbinden met diegenen die belang bij (de oplossing van) het vraagstuk hebben.

Bij lokaliseren draait het om onderstaande vragen:
- Op welke achterliggende **kwestie(s)** richt het communicatievraagstuk zich?
- Wie zijn belanghebbenden? **(direct en indirect, extern en intern)**
- Wat zijn de **behoeften** van belanghebbenden?
- Wat zijn de **belangen** van belanghebbenden?
- Welke **rol(len)** willen belanghebbenden vervullen in het communicatieproces?

Lokaliseren is niet hetzelfde als het houden van een omgevingsanalyse. Een omgevingsanalyse vertrekt meestal vanuit de 'zender' en richt zich op het zo goed mogelijk in kaart brengen van de ontvangende partij. Bij lokaliseren gaat het om het in kaart brengen van de belangen van alle partners, inclusief die van de organisatie die het communicatievraagstuk initieert.

## Lokaliseren in de praktijk

- Denk niet in standaarddoelgroepen. Daarmee beperk je je blik en houd je het zender – ontvanger model in stand. Denk in plaats daarvan in belanghebbenden. Belangen overstijgen en doorsnijden doelgroepen.
- Vraag je af of het bij deze kwestie van belang is om extra gevoelig te zijn voor mogelijke uitsluitende effecten van communicatie (vanwege taalvaardigheid of de aard van de kwestie).
- Benader een gevarieerde groep belanghebbenden, bijvoorbeeld via sleutelfiguren, (in) formele organisaties, voordeurinterviews, wijkcentra, scholen.
- Heb daarbij oog voor die mensen die niet onmiddellijk van zich laten horen.
- Ga na welke zorgen, behoeften en belangen spelen bij belanghebbenden.
- Ga na op welke wijze(n) belanghebbenden samen willen werken als het gaat om het oplossen van deze kwestie.
- Maak duidelijk op welk niveau (inhoudelijk of vooral praktisch) en in welke mate belanghebbenden betrokken kunnen zijn (mogen ze meebeslissen of niet over mogelijke oplossingen).
- Bied ruimte voor inbreng en daarmee ook voor verandering in communicatieboodschap en – uiting.

## Belangen in beeld via dilemmalogica

De dilemmalogica (Rijnja, 2017) die recentelijk wordt ingezet door overheden, communiceert in openheid over het *probleem* in plaats van opbrengsten en uitkomsten. Onderdeel van deze logica is het in kaart brengen van de belangen die spelen. Dillemmalogica kan als volgt samengevat worden:

- Erkenning - Zie de zorgen: Wat zeggen mensen en welke belangen en waarden stromen daaronder?
- Herkenning - Orden de zienswijzen: Hoe verhouden de zienswijzen zich tot elkaar?
- Verkenning - Bied perspectief: Wat gaan we doen (inhoud) en welke stappen zet je (procedureel)?

## 3.3 Overeenkomsten vinden tussen belanghebbenden

Het voornaamste doel van inclusief communiceren is: onbedoelde uitsluiting voorkomen. Dat kan door te zoeken naar overeenkomstige behoeften en belangen en/of gedeelde identiteiten tussen belanghebbenden. Gedeelde ervaringen en belangen zijn een beter startpunt voor het vinden van overeenkomsten dan vooraf gegeven 'grote' identiteiten die te maken hebben met leeftijd of migratie-achtergrond. Stel daarom vast welke lokaal relevante *deel*identiteiten (wijkbewoner, leerling of ouder) van belang zijn in het desbetreffende communicatievraagstuk. Deze vormen het startpunt voor (verbindende) campagnes en interventies. Inclusieve communicatie maakt zo lokaal gedeelde identiteiten zichtbaar en nieuwe plaats- en tijdgebonden identiteiten kunnen ontstaan.

Overeenkomsten vinden is het vertrekpunt om gedeelde identiteiten en/of belangen te benoemen die er in relatie tot het vraagstuk toe doen. Deze stap creëert de gemene deler(s) voor inclusie. Vragen die in deze stap centraal staan:

- Wat zijn **overeenkomstige behoeften** van belanghebbenden?
- Wat zijn **overeenkomstige belangen** van belanghebbenden?
- Wat zijn **gedeelde (deel)identiteiten** waarop belanghebbenden aangesproken kunnen en willen worden?

### Vinden van overeenkomsten in de praktijk

- Zoek (met elkaar) naar gedeelde ervaringen betreffende de kwestie en deel deze onderling en reflecteer daar op.
- Benoem samen de gedeelde belangen die bij de kwestie spelen.
- Bespreek met elkaar welke deelidentiteiten in deze kwestie betekenisvol zijn: wijkbewoner, leerling, ouder, et cetera.
- Vraag je af:
  - » Kan ik onnodige tegenstellingen tussen groepen vermijden?
  - » Is het mogelijk om 'inclusief' te denken en wij-zij-beschrijvingen te vermijden?
  - » Werkt mijn schrijfwijze stereotyperingen in de hand? (denk aan woorden als: 'migratieprobleem', 'vluchtelingenstroom' en 'vluchtelingencrisis')

### Een werkwijze voor het vinden van overeenkomsten: Deep democracy

Deep Democracy is een wijze van discussiëren over vraagstukken waarbij men elkaar niet probeert te overtuigen van bepaalde standpunten, maar op zoek gaat naar een diepere gezamenlijke wijsheid. Deep Democracy moedigt participanten aan om verschillende principes te hanteren om ervoor te zorgen dat men gehoord kan worden en er zijn methodieken om moeilijke gesprekken te begeleiden. Deze principes zijn terug te vinden op https://verdiepdedemocratie.nl/over-ons/dialoog-met-deep-democracy/

## 3.4 Verschillen erkennen waar rekening mee gehouden moet worden

Uiteraard zijn er naast overeenkomsten ook verschillen tussen mensen. Vertrekkend vanuit de overeenkomsten tussen mensen met wie je communiceert, doen bepaalde verschillen er niet toe. Met andere verschillen moet juist wel rekening gehouden worden om niet uit te sluiten. Hoe doe je dat: gericht met elkaars verschillen rekening houden?

Belangrijk is om samen te benoemen met welke verschillen actief rekening gehouden wordt in het communicatieproces. Hier komt bijvoorbeeld aan de orde dat er woorden, beelden en symbolen zijn die gevoelig liggen. Deze stap zorgt ervoor dat belanghebbenden niet onbedoeld uitgesloten worden door de wijze van communicatie. Vragen die hierbij centraal staan, zijn:

- Welke **verschillen in behoeften en belangen** zijn er tussen belanghebbenden?
- Welke verschillen doen er in dit communicatieproces **niet** toe?
- Met welke verschillen moet er **actief rekening gehouden** worden?
- **Hoe** kan er met deze verschillen rekening gehouden worden?

### Erkennen van verschillen in de praktijk

- Inventariseer, deel en reflecteer op verschillende ervaringen met de kwestie.
- Bespreek met welke verschillen er rekening gehouden moet worden.
- Ga vervolgens na welke woorden, beelden, symbolen etc. gevoelig liggen bij de belanghebbenden en bespreek met elkaar hoe hier rekening mee gehouden kan worden
- In de 'Richtlijn KIS terminologie' van Kennisplatform Integratie & Samenleving wordt aandacht besteed aan mogelijke uitsluitende werking van bepaald taalgebruik. De richtlijn van KIS zegt het volgende:
  - » Vraag je of de term gebruikelijk is in bepaalde context of leefwereld.
  - » Als een term in de groep ***zelf*** gebruikt wordt, wil het niet zeggen dat 'buitenstaanders' die ook mogen gebruiken. Het gaat er om ***wie*** de term gebruikt. Dat kan alleen als je tot de *in-group* behoort.

### Ruimte voor verschillen: Safe spaces

Het begrip 'safe space' verwijst naar een plek waar open en veilig gesproken kan worden. Een 'safe space' nodigt uit om elkaar in gelijkwaardigheid te ontmoeten en zoveel mogelijk los te komen van de posities en machtsstructuren waarin mensen normaliter verkeren. Het gaat om het respecteren van verschillen en daar niet meteen een oordeel over geven. Door je eigen oordeel op te schorten ontstaat een sociaal veilige ruimte waarin ieder zijn of haar eigen verhaal kan delen en je elkaar kan horen. Zie in dit kader het concept 'tussenruimte' van Halleh Gohrashi.

# 4 Durven leren

## 4.1 Tussentijds evalueren

Inclusief communiceren is verbonden met een specifieke tijd en plaats en met concrete situaties. Onbedoelde uitsluiting wordt zoveel als mogelijk voorkomen door niet alleen vooraf samen te werken met belanghebbenden, maar juist ook door tussentijds kort evalueren met belanghebbenden. Dit hoeft niet veel tijd te kosten, en maakt het mogelijk om tussentijds bij te sturen.

Structurele evaluatiemomenten met belanghebbenden, zijn makkelijker te realiseren wanneer:

- Tussentijdse evaluaties onderdeel zijn van het communicatieplan.
- Er een ***pool*** is van mensen die bij specifieke communicatievraagstukken uitgenodigd kunnen worden om feedback te geven.
- Belanghebbenden (tijdelijk) deel uitmaken van het communicatieteam.

## 4.2 Open beleid

Daadwerkelijk inclusief te communiceren vanuit partnerschap met belanghebbenden betekent dat het communicatiemiddel en de communicatieboodschap niet vooraf (volledig) vast kan staan. Dit vraagt een 'open' communicatiebeleid, waarbij de focus ligt op het beschrijven van het communicatieproces en de wijze van lokaliseren van de kwestie en het samenwerkingen met belanghebbenden.

# 5 Praktische voorbeelden van inclusief communiceren

5

Studenten ‘Creative Bussiness’ van Hogeschool Inholland gingen samen met belanghebbenden aan de slag met inclusieve communicatievraagstukken van publieke organisaties. De Politie, sociale makelaars van het Buurtteam, en Wijkraad Overvecht zochten contact met bewoners of wilden graag dat bewoners met elkaar in contact kwamen. De vragen van deze organisaties waren in eerste instantie heel doelgericht: we willen meer volgers, we willen een goed lopende sociale mediagroep, we willen een aansprekend imago; allemaal authentieke communicatie-vraagstukken. Veel publieke organisaties worstelen hier mee. Échte oplossingen vereisen niet een snel antwoord, maar inzicht in wat er speelt.

Bewust worden

## 5.1 Bewust worden van eigen positie en aannames

Een politieafdeling vroeg studenten te onderzoeken hoe de politie op social media meer burgers met een migratieachtergrond kon bereiken. In gesprek met wijkagenten werd duidelijk dat deze kwestie in eerste instantie te maken had met de houding waar vanuit agenten communiceren met burgers. Vanuit die constatering is (een voorstel voor) een speltraining ontwikkeld waarbij wijkagenten op speelse wijze werden uitgenodigd om te reflecteren op hun ervaringen met communicatie. Het spel nodigt uit tot een dialoog die gericht is op het reflecteren op hoe agenten met burgers communiceren en op bewustwording van agenten van hun eigen positie hierin. De communicatiestudenten coachten de agenten tijdens deze speltraining. De keuze voor de ‘spelvorm’ is om verschillende redenen passend: het moet gespeeld worden en vereist een afspraak over een specifieke tijd en plaats. Op een luchtige en toch gestructureerde manier nodigt het deelnemers uit om op een andere wijze naar de eigen positie en de effecten daarvan te kijken. Een spel heeft als tweede voordeel dat het een ‘magische cirkel’ creëert: alle deelnemers zijn gelijk en moeten zich aan de spelregels houden. Dat biedt de mogelijkheid om in een ‘veilige ruimte’ te verkeren waar verschillen in positie, macht en aanzien er even niet toe doen.

## 5.2 Lokaliseren van belangen en belanghebbenden

Wijkraad Overvecht wil meer bekendheid creeëren in de wijk, maar belangrijker nog, meer inzicht te verkrijgen in wat er in de wijk speelt. Waar zijn de bewoners mee bezig? Wat vinden de bewoners belangrijk in hun wijk? Omtrent welke onderwerpen of ontwikkelingen heerst er onvrede of is men juist tevreden mee?

Overvecht is een grote naoorlogse uitbreidingswijk in Utrecht, met veel groen en flats. Het is ook een bruisende multiculturele wijk, met relatief hoge werkloosheid en veel eenpersoonshuishoudens. De Wijkraad Overvecht gaf aan zich te veel op afstand te voelen van de bewoners van de wijk. Hoe komen we in contact met bewoners, wilden zij weten, en: wat kunnen we voor hen betekenen? Lokaliseren gaat hier over het vormgeven van een eerste ontmoeting met bewoners van Overvecht om duidelijk te maken wat hen met elkaar en met de Wijkraad bindt. Lokaliseren gaat hier ook over het ophalen van vragen over en wensen van bewoners ten aanzien van hun wijk: hoe maken we van onze wijk een fijnere plek?

Om echt in contact te komen met bewoners werd op plekken in de wijk waar bewoners regelmatig komen (schoolpleinen, winkelcentra) namens de Wijkraad koffie en thee geschonken. Bij de 'koffiekar', die voor deze gelegenheid werd ingezet, ontstonden korte spontane ontmoetingen en uitwisselingen tussen bewoners. Bij de kar stond ook een schoolbord met de vraag "Wat kan er beter in Overvecht?" Bewoners konden een suggestie of een wens op het bord schrijven. De bewoners werden (nadat ze hun toestemming hadden gegeven) met hun suggesties gefotografeerd en op Facebook geplaatst.

**Waarom een koffiekar op een schoolplein of winkelcentrum?**

De wijkraad Overvecht was op zoek naar het eerste contact met een brede groep bewoners die zich van elkaar onderscheiden op onder meer leeftijd, klasse en migratieachtergrond. Door het samen drinken van een kopje koffie of thee, gaan de regels gelden van bij elkaar op bezoek gaan en gastvrijheid tonen. Een gesprek over de wijk wordt zo een uitwisseling met en tussen bewoners. De koffiekar is zo een vriendelijke en laagdrempelig manier om bewoners en wijkraadsleden uit te nodigen om even stil te staan bij wat ze delen en om kennis met elkaar te maken dwars door allerlei verschillen heen.

## 5.3 Overeenkomsten vinden tussen belanghebbenden

Sociaal makelaars die in Utrechtse wijken actief zijn in het bieden van (professionele) ondersteuning aan kwetsbare doelgroepen, zochten naar nieuwe mogelijkheden om de hele buurt en ál haar bewoners actief te betrekken bij onderlinge ondersteuning en ontwikkeling van leefbaarheid in de wijk. Hoe konden al deze uiteenlopende bewonersgroepen met elkaar verbonden worden?

Ondanks alle verschillen zijn deze mensen ook bewoners in een wijk waar zij boodschappen doen, huiswerk maken, huishoudelijke klusjes doen, feestdagen vieren, eten en drinken, met een griep in bed liggen, sporten en voor hun kinderen zorgen. De overeenkomst tussen al deze verschillende wijkbewoners is dat zij een belangrijk deel van hun dagelijks leven in hun gezamenlijk wijk doorbrengen. Vanuit deze constatering ontwikkelden studenten, in afstemming met belanghebbenden het *Doen? Ja! Gedaan*-boekje. Uitgangspunt van dit boekje is het op een laagdrempelige manier bij elkaar brengen van vraag naar en aanbod van praktische dagelijkse hulp en ondersteuning in de wijk.

Wijkbewoners kunnen via het *Doen? Ja! Gedaan*-boekje andere wijkbewoners laten weten dat zij graag een keer voor een ander koken, op willen passen op hun kind of goed zijn in het repareren van auto's of fietsen. Bovendien kun je als bewoner die gebruik heeft gemaakt van een aangeboden dienst, een bedankje of compliment achter laten. De boekjes worden op verschillende openbare plekken in de wijk aangeboden. Losse pagina's kunnen ook via sociale mediaplatforms worden gedeeld als de makers ervan daarvoor toestemming geven.

## 5.4 Verschillen erkennen waar rekening mee gehouden moet worden

Inclusieve communicatie begint met het accepteren van ongemak. Juist daar waar contact maken lastig is, is de kans groot dat de manier waarop je als professional communiceert een obstakel is. Dat je niet meer je 'eigen', 'normale' woorden als vanzelfsprekend kunt gebruiken omdat je anderen daarmee ongewild uitsluit. Hoe om te gaan met het gevoel dat je niet meer 'mag' doen en laten wat je gewend bent te doen omdat anderen het als pijnlijk ervaren? "Je mag ook niets meer zeggen," mopperde een deelnemer uit een van de studententeams aan het begin van het project. Een goed gesprek over dit 'ongemak' bleek waardevol. Verschillende studenten voelden zichzelf in eerste instantie uitgesloten omdat de manier waarop zij gewend waren te communiceren onder een vergrootglas lag. Alsof er van hen werd verwacht om iets dat eigen is op te geven. Het gesprek maakte hen bewust van het feit dat wat 'bij je hoort' niet statisch is: het kan, afhankelijk van de situatie waarin je je bevindt, veranderen en het kan je afgenomen worden. Dat activeerde een vorm van betrokkenheid en inlevingsvermogen. Het ongemak dat gepaard gaat met het vinden van nieuwe woorden en beelden en het gevoel dat 'correct' taalgebruik geforceerd is, verdween door deze bewustwording al snel.

Kennisplatform Integratie & Samenleving

## Colofon


| | |
|---|---|
| Financier: | Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid<br>Gemeente Utrecht |
| Auteurs: | Dr. Lineke van Hal<br>Dr. Joke Hermes<br>Dr. Karel Koch<br>Cemil Yilmaz, MSc. |
| Illustratie omslag: | J. Top |
| Illustratie binnenwerk: | J. Top |
| Ontwerp: | Design Effects |
| Uitgave: | Kennisplatform Integratie & Samenleving<br>P/a Kromme Nieuwegracht 6<br>3512 HG Utrecht<br>T (030) 230 3260 |

De publicatie kan gedownload worden via de website van het Kennisplatform Integratie & Samenleving: http://www.kis.nl.

ISBN 978-90-5830-934-1



© Kennisplatform Integratie & Samenleving, Utrecht 2019.
Het auteursrecht van deze publicatie berust bij het Verwey-Jonker Instituut. Gedeeltelijke overname van teksten is toegestaan, mits daarbij de bron wordt vermeld.
The copyright of this publication rests with the Verwey-Jonker Institute. Partial reproduction of the text is allowed, on condition that the source is mentioned.


**KENNISPLATFORM INTEGRATIE & SAMENLEVING**

Kennisplatform Integratie & Samenleving doet onderzoek, adviseert en biedt praktische tips en instrumenten over vraagstukken rond integratie, migratie en diversiteit. Daarnaast staat het platform open voor vragen, signalen en meningen en formuleert daar naar beste vermogen een antwoord op.

Deze kennisuitwisseling is bedoeld om een fundamentele bijdrage te leveren aan een pluriforme en stabiele samenleving.
Blijf op de hoogte van alle projecten, vragen en antwoorden en andere kennisuitwisseling via www.kis.nl, de nieuwsbrief, Twitter en LinkedIn.


Kennisplatform Integratie & Samenleving is een programma van het Verwey-Jonker Instituut en Movisie
T 030 230 32 60 E info@kis.nl I www.kis.nl