

## Principes van inclusieve communicatie 5.1, 2, e

Vanuit de principes van inclusieve communicatie, zoals 5.1, 2, e uitlegt, zijn er verschillende overwegingen en standpunten die relevant kunnen zijn voor de vraag of je als gemeente Amsterdam naast de uitdagingen ook de successen moet communiceren. Hieronder een overzicht van gedachten en standpunten die hierbij een rol kunnen spelen:

### 1. Transparantie en eerlijkheid: erken wat niet goed gaat

- **Waarom belangrijk:** Transparantie is een kernwaarde van inclusieve communicatie. Het erkennen van wat niet goed gaat, laat zien dat je als organisatie bereid bent kritisch naar jezelf te kijken en verantwoordelijkheid te nemen. Dit draagt bij aan geloofwaardigheid en vertrouwen, vooral bij groepen die zich mogelijk niet gehoord of gezien voelen.
- **Risico:** Als je alleen focust op wat niet goed gaat, kan dit ontmoedigen en het gevoel geven dat er geen vooruitgang wordt geboekt. Dit kan leiden tot cynisme of apathie, zowel intern als extern.

### 2. Balans tussen uitdagingen en successen

- **Waarom belangrijk:** Het tonen van successen kan inspireren en laten zien dat verandering mogelijk is. Het kan medewerkers en betrokkenen motiveren om door te gaan met het werk aan inclusie en diversiteit. Successen kunnen ook dienen als voorbeeld voor anderen binnen de organisatie.
- **Hoe te doen:** Zorg ervoor dat successen niet worden gepresenteerd als "klaar" of "af". Benoem ze als stappen in een groter proces, zodat het duidelijk blijft dat er nog werk te doen is. Dit voorkomt dat je de indruk wekt dat de organisatie zichzelf op de borst klopt terwijl er nog veel uitdagingen zijn.

### 3. Vermijd "window dressing "

- **Waarom belangrijk** 5.1, 2, e waarschuwt in haar werk voor het risico van oppervlakkige communicatie, waarbij successen worden uitvergroot zonder dat er structurele verandering plaatsvindt. Dit kan leiden tot wantrouwen, vooral bij groepen die nog steeds barrières ervaren.
- **Hoe te voorkomen:** Communiceer successen op een manier die authentiek en eerlijk is. Laat bijvoorbeeld ook de complexiteit en de lessen zien die zijn geleerd tijdens het proces. Dit maakt de communicatie geloofwaardiger.

### 4. Betrek gemarginaliseerde groepen in het verhaal

- **Waarom belangrijk:** Inclusieve communicatie betekent dat je niet alleen over mensen praat, maar ook met hen. Als je successen communiceert, zorg er dan voor dat de mensen die direct betrokken zijn bij of profiteren van deze successen ook een stem krijgen. Dit voorkomt

dat het verhaal alleen vanuit het perspectief van de organisatie wordt verteld.

- **Hoe te doen:** Gebruik interviews, persoonlijke verhalen of samenwerkingen met medewerkers of bewoners die de impact van inclusieve initiatieven hebben ervaren.

## 5. Contextualiseer successen binnen het grotere plaatje

- **Waarom belangrijk:** Het is belangrijk om successen te plaatsen binnen de bredere context van de ambities en uitdagingen. Dit laat zien dat de organisatie begrijpt dat inclusie een continu proces is en geen eindpunt.
- **Hoe te doen:** Gebruik bijvoorbeeld een "voortgangsrapportage"-benadering, waarin je zowel successen als uitdagingen benoemt. Dit laat zien dat je als organisatie werkt aan een evenwichtige en realistische weergave van de situatie.

## 6. Gebruik successen als leermomenten

- **Waarom belangrijk:** Successen kunnen dienen als inspiratie en als concrete voorbeelden van wat werkt. Dit kan anderen binnen de organisatie helpen om vergelijkbare stappen te zetten.
- **Hoe te doen:** Deel niet alleen het resultaat, maar ook het proces: wat waren de obstakels, welke keuzes zijn gemaakt, en wat kunnen anderen hiervan leren?

## 7. Wees bewust van de machtsdynamiek in communicatie

- **Waarom belangrijk** 5.1, 2, e benadrukt dat communicatie over inclusie vaak wordt gestuurd door degenen die al macht hebben. Het is belangrijk om te reflecteren op wie bepaalt wat als "succes" wordt gezien en hoe dit wordt gecommuniceerd.
- **Hoe te doen:** Zorg ervoor dat de verhalen en perspectieven van diverse groepen worden meegenomen in de communicatie. Dit voorkomt dat de organisatie alleen haar eigen perspectief benadrukt.

## 8. Houd rekening met de doelgroep

- **Waarom belangrijk:** Verschillende doelgroepen (bijvoorbeeld medewerkers, bewoners, samenwerkingspartners) hebben verschillende behoeften en verwachtingen. Sommige groepen willen vooral zien dat er vooruitgang wordt geboekt, terwijl anderen meer waarde hechten aan het erkennen van wat nog niet goed gaat.
- **Hoe te doen:** Pas de toon en inhoud van de communicatie aan op de doelgroep, zonder afbreuk te doen aan de kernwaarden van transparantie en eerlijkheid.

## Conclusie: een genuanceerde aanpak

Een inclusieve en diverse organisatie vraagt om een genuanceerde communicatieaanpak. Het is belangrijk om een balans te vinden tussen het erkennen van uitdagingen en het vieren van successen. Door transparant, eerlijk en inclusief te communiceren, kun je zowel vertrouwen opbouwen als inspiratie bieden. Successen mogen worden gedeeld, maar altijd in de context

van het grotere proces en met aandacht voor de mensen die erbij betrokken zijn.