

VERWEY JONKER Instituut

# Inclusief communiceren met inwoners: de publiekscommunicatie van de gemeente Arnhem onder de loep

Inti Soeterik
Mariam Badou
Ilham El-Masoudi
Serena Does

# Inclusief communiceren met inwoners: de publiekscommunicatie van de gemeente Arnhem onder de loep

Inti Soeterik
Mariam Badou
Ilham El-Masoudi
Serena Does

Utrecht, juni 2022

# Inhoud


Deel I Samenvatting 4
Inleiding 4

Deel II Rapportage 10

1 Inleiding 10
1.1. Leeswijzer 11

2 Aanpak 12
2.1. Onderzoeksdesign 12
2.2. Deskresearch 12
2.3. Analyse materiaal 13
2.4. Groepsgesprekken 14
2.5. Positionaliteit 15

3 Inclusieve communicatie: wat is dat? 16
3.1. Inleiding 16
3.2. Stereotypen en vooroordelen 16
3.3. Onderliggende uitsluitingsmechanismen 18
3.4. Dimensies voor het analyseren van inclusiviteit in communicatie 19
3.5. Definitie inclusieve communicatie 23

4 Bevindingen vanuit de materiaalanalyse 24
4.1. Overkoepelende bevindingen uit de materiaalanalyse 24
4.2. Bevindingen rondom zeven specifieke categorieën communicatiemateriaal 26
4.2.1. Veel gebruikte gemeentelijke producten en diensten 26
4.2.2. Bewonerscommunicatie 28
4.2.3. Campagnes 34
4.2.4. Participatie 43
4.2.5. Nieuws 44
4.2.6. Sociale media 47
4.2.7. Diversiteit- en inclusiebeleid 49

5 Bevindingen uit de groepsgesprekken met Arnhemmers 51
5.1. Ervaringen van mensen met een migratieachtergrond met de publiekscommunicatie van gemeente Arnhem 51
5.2. Ervaringen van mensen uit de LHBTQI+ gemeenschap met de publiekscommunicatie van gemeente Arnhem 53
5.3. Ervaringen van mensen met een beperking met de publiekscommunicatie van gemeente Arnhem 54

6 Conclusies 57

7 Suggesties en aanbevelingen 60

Literatuur 65

Bijlage 1 Overzicht inclusieve terminologie 68

Bijlage 2 Overzicht materiaal 78

Bijlage 3 Analyse-instrument materiaalanalyse 85

Bijlage 4 Topiclijst groepsgesprekken 88

# Deel I Samenvatting

## Inleiding

Communicatie speelt een belangrijke rol in het bieden van gelijke kansen en het stimuleren van gelijkwaardig burgerschap. De manier waarop mensen worden aangesproken, het zichtbaar maken van diverse groepen mensen en het expliciet benoemen van de gelijkwaardigheid van mensen, kan een positieve impact hebben op de mate waarin mensen zich gezien, gerespecteerd en welkom voelen. Het gaat er dan om hoe instanties communiceren met burgers via hun eigen communicatiekanalen, maar ook hoe er in de media wordt gecommuniceerd.

Arnhem is een diverse stad, die landelijk hoog op de lijst staat als het gaat om verschillende nationaliteiten en de inkomens-, gezondheids- en opleidingsverschillen zijn groot. De gemeente Arnhem geeft aan te streven naar een Arnhemse samenleving waarbij iedereen, ongeacht culturele achtergrond, levensbeschouwing, seksuele oriëntatie, beperking en/of chronische ziekte, leeftijd en geslacht meedoet en gelijke kansen ervaart. Recente ontwikkelingen breder in de samenleving en binnen de gemeente hebben de noodzaak van aandacht voor het thema diversiteit en inclusie nog groter gemaakt. Zo hebben discriminatie en racisme de afgelopen jaren steeds meer aandacht gekregen in de samenleving in de vorm van maatschappelijke mobilisering en media- en politieke aandacht. Ook heeft in recente jaren onderzoek naar diversiteit en inclusie binnen de Arnhemse gemeentelijke organisatie kritiek opgeleverd en veel in beweging gezet[1].

Gemeente Arnhem zegt de afgelopen vijf jaar een aantal stappen gezet te hebben in het inclusiever maken van de stad en de gemeente. In 2020 constateerde de gemeente echter dat er nog meer focus aangebracht en steviger ingezet moest worden op dit thema[2]. De gemeente heeft toen het uitvoeringsplan Inclusief Arnhem 2020 – 2022 opgesteld met vijf focuspunten:

1. Voorkomen en tegengaan van discriminatie
2. Versterken van de positie van inwoners met een beperking
3. Stimuleren van diversiteit in organisaties
4. Een inclusieve gemeentelijke organisatie
5. Inclusieve gemeentelijke communicatie

De gemeente werkt op drie manieren aan inclusievere communicatie:

a. Schrijven in voor iedereen begrijpelijke taal
b. Verder verbeteren van de toegankelijkheid van gemeentelijke websites
c. Communicatie waarin alle Arnhemmers zich herkennen en niemand zich (onbedoeld) uitgesloten, gediscrimineerd of niet welkom voelt.

De gemeente Arnhem wil graag weten of het haar lukt zo te communiceren dat alle Arnhemmers zich aangesproken voelen. Daarom heeft gemeente Arnhem het Verwey-Jonker Instituut gevraagd om daar onderzoek naar te doen. Dit onderzoek beperkt zich tot het derde punt (c): het analyseren van de inhoud van de gemeentelijke communicatie en ervaringen van herkenning, uitsluiting en discriminatie daaromtrent. Gezien de omvang van het onderzoek is de

1 Zie Siebers, H. (2017) *Naar een diverse organisatie van de gemeente Arnhem: Verbeterruimte in gelijke kansen en inclusie van diverse medewerkers.* Onderzoeksrapport, Universiteit van Tilburg en vele reacties in de media en de gemeente daarop.

2 Uitvoeringsplan Inclusief Arnhem 2020-2022, p.4.

opdracht van de gemeente om in dit onderzoek specifiek te kijken naar de publiekscommunicatie.
De gemeente Arnhem geeft aan oog te hebben voor alle vormen van diversiteit, maar heeft gevraagd binnen deze onderzoeksopdracht vooral te letten op inclusiviteit ten opzichte van: Arnhemmers met een migratieachtergrond, Arnhemmers met een LHBTQI+ identiteit en Arnhemmers met een beperking.

## Onderzoeksvragen

In dit onderzoek staat de volgende hoofdvraag centraal:

*Hoe inclusief is de publiekscommunicatie van de gemeente Arnhem als het gaat om Arnhemmers met een migratieachtergrond, mensen met een beperking en personen uit de LHBTQI+ gemeenschap?*

De hoofdvraag wordt beantwoord aan de hand van het onderzoeken van de volgende twee deelvragen:

- *Welke goede voorbeelden van inclusieve communicatie richting deze sociale groepen zijn te vinden in publiekscommunicatie van de gemeente Arnhem?*
- *Welke aandachtspunten omtrent inclusieve communicatie richting deze sociale groepen worden gesignaleerd in publiekscommunicatie van de gemeente Arnhem?*

## Aanpak van het onderzoek

Om antwoord te geven op de onderzoeksvragen, zijn binnen een kwalitatief onderzoeksdesign verschillende onderzoeksactiviteiten verricht, namelijk: een literatuurverkenning, analyse van een selectie uit het publiekscommunicatie-materiaal van de gemeente, en groepsgesprekken met Arnhemmers met een migratieachtergrond, Arnhemmers met een LHBTQI+ identiteit en Arnhemmers met een beperking en Arnhemmers die nauw betrokken zijn bij personen uit deze sociale groepen.

Vertrekkende vanuit een wetenschappelijk kader rondom het begrip inclusieve communicatie, doet dit rapport verslag van wat er volgens het huidige niveau van kennis al inclusief is in de geanalyseerde communicatie van de gemeente, hoe dat ervaren wordt door de Arnhemmers die gesproken zijn en wat nog aandachtspunten zijn. Gezien gewerkt is met een selecte steekproef (is op basis van vooraf gestelde criteria een bewuste selectie gemaakt van het communicatiemateriaal en de respondenten) kunnen op basis van dit onderzoek geen algemene uitspraken gedaan worden over al het publiekscommunicatie-materiaal van de gemeente Arnhem of visies en ervaringen van alle Arnhemmers met een migratieachtergrond, Arnhemmers met een LHBTQI+ identiteit en Arnhemmers met een beperking rondom dit onderwerp. Tegelijkertijd kan elk signaal en elke negatieve ervaring rondom inclusiviteit van communicatie een sein zijn aan de gemeente dat inclusiviteit in de communicatie nog aandacht vergt.
Op basis van de in dit rapport gepresenteerde conclusies worden concrete suggesties en aanbevelingen gedaan die de gemeente mee kan nemen in de vervolgaanpak van het bevorderen van inclusieve gemeentelijke communicatie.

## Inclusieve communicatie

Op basis van de literatuurverkenning is een kader inclusieve communicatie opgesteld. In het kader wordt een aantal belangrijke concepten gedefinieerd die een rol spelen bij inclusieve communicatie. Ook zijn op basis van het kader vijf dimensies van inclusieve communicatie uiteengezet namelijk:

- Toegankelijkheid
- Diversiteit en representatie
- Woord en terminologiegebruik
- Stereotypering
- Expliciete aandacht voor inclusie en anti-discriminatie

Gezien de gemeente aangeeft dat toegankelijkheid binnen andere gemeentelijke programma's al aandacht krijgt, zijn de onderzoeksinstrumenten voor dit onderzoek ontworpen rondom vier van de vijf dimensies, namelijk: diversiteit

en representatie; woord- en terminologiegebruik; stereotypering en; expliciete aandacht voor inclusie en anti-discriminatie.
Tevens is op basis van deze verkenning de volgende definitie van inclusieve communicatie opgesteld:
In inclusieve communicatie wordt het belang van woorden en beelden gewaardeerd en wordt kritisch gekeken naar de impact die ze hebben.

> Inclusieve communicatie is vrij van taal en beelden die stereotypen, vooroordelen, normativiteit of discriminatie creëert of in stand houdt.
>
> Door taal en beelden inclusief te maken door middel van aandacht voor toegankelijkheid, diversiteit en representatie, bewust woord- en terminologiegebruik, contra-stereotypen en expliciete aandacht voor inclusie en anti-discriminatie wordt de ontvanger vanuit erkenning, gelijkwaardigheid en respect betrokken.

Tot slot is op basis van de deskresearch een overzicht gemaakt van huidige kennis omtrent inclusieve terminologie daar waar het gaat om verwijzing naar de drie sociale groepen die in dit onderzoek centraal staan.

## Bevindingen

***Welke goede voorbeelden van inclusieve communicatie richting Arnhemmers met een migratieachtergrond, mensen met een beperking en personen uit de LHBTQI+ gemeenschap zijn te vinden in publiekscommunicatie van de gemeente Arnhem?***

Ten eerste is in een aantal van de geanalyseerde materialen van de publieks-communicatie van de gemeente Arnhem duidelijk terug te zien dat de gemeente diversiteit wil laten zien en mensen uit verschillende sociale groepen wil representeren in de communicatie. Uit de groepsgesprekken komt naar voren dat Arnhemmers met een migratieachtergrond en personen uit de LHBTQI+ gemeenschap en mensen die nauw betrokken zijn bij deze groepen zien dat de gemeente met het thema inclusiviteit bezig is en dat de gemeente in dit opzicht 'met de tijd' wil meegaan. Door Arnhemmers uit verschillende sociale groepen wordt gesignaleerd dat het materiaal van de gemeente meer diversiteit laat zien dan een aantal jaren geleden. Hiernaast komt als goed voorbeeld qua woord- en terminologiegebruik uit de analyse van het materiaal naar voren dat de gemeente soms een genderneutrale aanhef gebruikt. In de groepsgesprekken werd dit ook door deelnemers aangegeven. Ook wordt soms *person first* taal gebruikt: wordt eerst naar de persoon verwezen en pas daarna naar een specifiek kenmerk van deze persoon of toestand waar deze persoon zich in bevindt (bijvoorbeeld 'persoon met dyslexie', in plaats van 'dyslectisch persoon'). Tevens bracht de analyse in een paar materialen contra-stereotypen en een intersectionele benadering aan het licht: er werd in een aantal materialen beelden en verhalen gevonden die tegen stereotype beelden en verhalen ingingen en waarin verschillende indentiteitsaspecten van personen en sociale groepen belicht werden.

***Welke aandachtspunten omtrent inclusieve communicatie richting deze sociale groepen worden gesignaleerd in de publiekscommunicatie van de gemeente Arnhem?***

Terwijl uit de analyse naar voren komt dat er in een deel van het communicatie-materiaal al aandacht is voor inclusie, specifiek rakend aan diversiteit en representatie, woord- en terminologiegebruik en de dimensie stereotypering, zien we ook dat dat op deze dimensies nog niet consequent en niet altijd op een inclusieve manier gebeurt. Hiernaast kwam naar voren dat er in de communicatie vrijwel geen expliciete aandacht is voor inclusie en anti-discriminatie. Bij representatie van mensen uit verschillende sociale groepen in woord en beeld is het niet alleen belangrijk *dát* verschillende mensen gerepresenteerd worden, maar moet ook nagedacht worden over *hoe* dit gedaan wordt.

Uit de materiaalanalyse bleek dat, hoewel de gemeente in sommige materialen al mensen uit verschillende sociale groepen representeert, dat ook heel vaak nog niet, niet voldoende of op een stereotyperende manier gebeurt. Ook laat

de analyse zien dat mensen uit bepaalde sociale groepen bijna uitsluitend te zien zijn bij onderwerpen waar zij vanwege hun achtergrond, kenmerken of behoeften specifiek mee te maken hebben. Dit geldt met name voor mensen met een beperking en mensen uit de LHBTQI+ gemeenschap. Ook laat de analyse zien dat de combinatie van een inhoudelijke boodschap en beeld een stereotype associatie kan oproepen, en dat het voor het aan het licht brengen van stereotypen nodig is zowel kritisch te kijken naar keuzes in tekst en beeld als ook communicatiematerialen of campagnes rondom een onderwerp in zijn geheel te bekijken.
Ook in de groepsgesprekken brachten deelnemers naar voren dat het meer divers maken van het materiaal niet genoeg is. En werd gewezen op het gevaar van stereotypering wanneer mensen met bepaalde achtergronden en/of uiterlijke kenmerken meer of altijd terug te zien zijn bij specifieke onderwerpen.

Daarnaast laat de analyse zien dat woord- en terminologiegebruik nog niet consequent inclusief is in het publiekscommunicatiemateriaal van de gemeente. Uit sommige communicatie sprak, door bepaald woord- en terminologie gebruik en perspectief, een deficit benadering. Door deze deficit benadering worden specifieke behoeften, ervaringen of beperkingen geplaatst in de context van een tekort en individuele toestand waarin 'hulp' nodig is, waardoor de structurele tegenwerking, uitsluiting en/of discriminatie waarmee iemand te maken kan hebben, niet genoemd wordt. Uit de groepsgesprekken met mensen met een beperking kwam ook naar voren dat een aantal mensen met een beperking in de communicatie met de gemeente een deficit benadering ervaart, waarbij zij alleen aangesproken en gerepresenteerd worden in relatie tot hun beperking.
Ook worden in het communicatiemateriaal van de gemeente soms nog woorden en terminologie gebruikt, die op basis van het huidige niveau van kennis niet juist zijn. Daarnaast blijkt ook in sommige communicatie de aanhef en/of inhoud van de communicatie nog niet genderneutraal.
Tevens worden bepaalde identiteitsaspecten, ervaringen, behoeften of beperkingen van bepaalde sociale groepen soms op eufemistische wijze geformuleerd waardoor de communicatie niet de daadwerkelijke situatie erkent waarin personen uit deze sociale groepen zich bevinden. Met name uit de groepsgesprekken met mensen met een beperking kwam naar voren dat onjuist terminologiegebruik een grote factor van ergernis kan zijn. Tegelijk bleek uit de gesprekken met mensen uit de LHBTQI+ gemeenschap ook dat binnen de gemeenschap het gebruik van bepaalde termen soms verschillend ervaren wordt door individuen. Dit wijst uit dat het belangrijk is hierover in gesprek blijven met personen uit de verschillende sociale groepen.
Uit de analyse van woord- en terminologie gebruik komt verder naar voren dat verschillende personen die gerepresenteerd worden in materialen over een bepaald onderwerp soms verschillend worden geïntroduceerd. Zo worden sommige personen met een titel en/of beroep of met een voor en achternaam gepresenteerd, terwijl bij andere personen niet naar titel of beroep maar slechts voornaam verwezen wordt. Op deze manier wordt er in de communicatie op indirecte wijze aan bepaalde personen meer status (bijv. meer professioneel of formeel) toegewezen, terwijl anderen als persoon met minder status (met een bijrol of meer informele rol) worden gepresenteerd. Tot slot komt uit de analyse van de dimensie woord- en terminologie gebruik naar voren dat ook het gebruik van perspectief (schrijven vanuit 'wij' of óver 'zij') nog aandacht vergt.

Verder blijkt dat er in het publiekscommunicatie materiaal van de gemeente weinig expliciete aandacht is voor inclusie en anti-discriminatie. Verwijzing naar de visie en missie van de gemeente op deze onderwerpen is alleen een enkele keer gevonden in de geanalyseerde materialen. In materiaal dat expliciet over diversiteit en inclusie gaat, worden etnische groepen vaak niet benoemd en wordt er op een indirecte en aspecifieke manier gerefereerd naar discriminatie en gediscrimineerde groepen.
Hiernaast bracht de analyse aan het licht dat, daar waar de gemeenten in de materialen in de categorie diversiteit en inclusiebeleid inclusie wel expliciet bespreekt, dit voornamelijk vanuit een 'business case' perspectief wordt gedaan. Deze benadering benadrukt meer het 'productiviteitsvoordeel' dan de ethische- en juridische aspecten van zorgen voor meer inclusie en diversiteit.

Ondanks dat dit niet de focus van het onderzoek was en het materiaal op verzoek van de gemeente niet systematisch geanalyseerd is op dit punt, kwam uit de analyse van de groepsgesprekken naar voren dat toegankelijkheid van de communicatie ook een belangrijk aandachtspunt is als het gaat om inclusiviteit van de publiekscommunicatie van de gemeente Arnhem.
Er zou door de gemeente meer aandacht uit kunnen gaan naar het consequent en volledig beschikbaar stellen van informatie in verschillende talen. De gemeente zou meer kunnen letten op de vertaalbaarheid van tekst. En de gemeente zou op de webpagina's altijd de optie voor een groter lettertype aan kunnen bieden, en alle video's voorzien van ondertiteling, beelden voorzien van onderschrift, en aangeven hoe informatie ook via ander kanalen en media beschikbaar is en communiceren via welke verschillende kanalen men contact kan opnemen met de gemeente.

Tot slot, blijkt uit de analyse dat de gemeente de publiekscommunicatie nog inclusiever zou kunnen maken door ook aandacht te besteden aan de stijl waarin gecommuniceerd wordt met Arnhemmers. Samen met Arnhemmers zou onderzocht kunnen worden hoe de communicatie nu qua stijl op hen overkomt en waar aanpassingen nodig zijn opdat iedereen zich erkend, gelijkwaardig en gerespecteerd voelt.
Kortom, op basis van de materiaalanalyse en de groepsgesprekken kan gesteld worden dat er in sommige publiekscommunicatie vanuit de gemeente al aandacht is voor inclusiviteit. Wordt met name gesignaleerd dat de gemeente al aandacht besteedt aan diversiteit en representatie. Kan tegelijk geconcludeerd worden dat de publiekscommunicatie nog verbeterd moet worden wil deze inclusief zijn binnen verschillende categorieën van communicatie, zoals veel gebruikte communicatie van de gemeente websites, campagnes en bewonerscommunicatie. De analyse laat zien dat het daarbij belangrijk is de *verschillende dimensies van inclusieve communicatie* samen in ogenschouw te nemen en ook consequent aandacht uit te laten gaan naar de dimensies woord- en terminologiegebruik, stereotypering en expliciete aandacht voor inclusie en anti-discriminatie.

## Suggesties en aanbevelingen

Op basis van de bevindingen worden suggesties en aanbevelingen gedaan die de gemeente mee kan nemen in de vervolgaanpak voor het bevorderen van inclusieve gemeentelijke communicatie.
Zestien suggesties en aanbevelingen zijn onderverdeeld op twee niveaus: het niveau van context en randvoorwaarden waarbij het gaat om wat er nodig is *rondom* communicatie wil deze inclusief zijn en blijven, en het niveau van actie en uitvoering waarbij de nadruk ligt op hoe er *op het moment* van creëren van communicatiemateriaal gezorgd kan worden dat inclusiviteit in het vizier blijft. Hieronder worden de suggesties en aanbevelingen kort weergegeven.

### *Suggesties en aanbevelingen op het niveau van context en randvoorwaarden*

- Onderzoek het eigen perspectief.
- Stimuleer een organisatiecultuur waarin continu vragen gesteld worden over diversiteit en inclusie.
- Maak een stijlgids inclusieve communicatie die consequent gebruikt en continu geactualiseerd wordt.
- Blijf in continue dialoog met verschillende sociale groepen in Arnhem.
- Wees expliciet over de visie en missie van de gemeente.
- Heb aandacht voor de meervoudigheid van identiteiten en intersectionaliteit wanneer gedacht wordt aan publiek waarnaar gecommuniceerd wordt.

### *Suggesties en aanbevelingen op het niveau van actie en uitvoering*

- Houd alle materiaal tegen het licht van diversiteit en representatie.
- Ga actief op zoek naar andere perspectieven, verhalen en beelden.
- Houd alle materiaal tegen het licht van stereotypering.
- Zet in op contra-stereotypering.
- Laat diversiteit op een intersectionele manier zien in communicatiemateriaal.
- Bekijk verschillende materialen over een onderwerp of van een campagne ook in samenhang.
- Gebruik onzijdig taalgebruik.

- Zorg ervoor dat álle activiteiten en faciliteiten die georganiseerd worden door de gemeente of waarbij de gemeente betrokken is expliciet welkom, toegankelijkheid en niet-discriminatie communiceren richting álle Arnhemmers.
- Zorg, in afstemming met andere programma's en afdelingen, dat communicatie voor alle Arnhemmers toegankelijk en verwelkomend is.
- Wees open over het (zoek- en ontwikkel)proces rondom dit onderwerp.

# Deel II Rapportage

## 1 Inleiding

Communicatie speelt een belangrijke rol in het bieden van gelijke kansen en het stimuleren van gelijkwaardig burgerschap. De manier waarop mensen worden aangesproken, het zichtbaar maken van diverse groepen mensen en het expliciet benoemen van de gelijkwaardigheid van mensen, kan een positieve impact hebben op de mate waarin mensen zich gezien, gerespecteerd en welkom voelen. Het gaat er dan om hoe instanties communiceren met burgers via hun eigen communicatiekanalen, maar ook hoe er in de media wordt gecommuniceerd.

Arnhem is een diverse stad, die landelijk hoog op de lijst staat als het gaat om verschillende nationaliteiten en de inkomens-, gezondheids- en opleidingsverschillen zijn groot[3]. De gemeente Arnhem geeft aan te streven naar een Arnhemse samenleving waarbij iedereen, ongeacht culturele achtergrond, levensbeschouwing, seksuele oriëntatie, beperking en/of chronische ziekte, leeftijd en geslacht meedoet en gelijke kansen ervaart. Recente ontwikkelingen breder in de samenleving en binnen de gemeente hebben de noodzaak van aandacht voor het thema diversiteit en inclusie nog groter gemaakt. Zo hebben discriminatie en racisme de afgelopen jaren steeds meer aandacht gekregen in de samenleving in de vorm van maatschappelijke mobilisering en media- en politieke aandacht. Ook heeft in recente jaren onderzoek naar diversiteit en inclusie binnen de Arnhemse gemeentelijke organisatie kritiek opgeleverd en veel in beweging gezet[4].

Gemeente Arnhem zegt de afgelopen vijf jaar een aantal stappen gezet te hebben in het inclusiever maken van de stad en de gemeente. In 2020 constateerde de gemeente echter dat er nog meer focus aangebracht en steviger ingezet moest worden op dit thema[5]. De gemeente heeft toen het uitvoeringsplan Inclusief Arnhem 2020 – 2022 opgesteld met vijf focuspunten:

1. Voorkomen en tegengaan van discriminatie
2. Versterken van de positie van inwoners met een beperking
3. Stimuleren van diversiteit in organisaties
4. Een inclusieve gemeentelijke organisatie
5. Inclusieve gemeentelijke communicatie

De gemeente werkt op drie manieren aan inclusievere communicatie:

a. Schrijven in voor iedereen begrijpelijke taal
b. Verder verbeteren van de toegankelijkheid van gemeentelijke websites
c. Communicatie waarin alle Arnhemmers zich herkennen en niemand zich (onbedoeld) uitgesloten, gediscrimineerd of niet welkom voelt.

De gemeente Arnhem wil graag weten of het haar lukt zo te communiceren dat alle Arnhemmers zich aangesproken voelen. Daarom heeft gemeente Arnhem het Verwey-Jonker Instituut gevraagd om daar onderzoek naar te doen. Dit

3 Raadsbrief 30-6-2020, zie ook https://allecijfers.nl/gemeente/arnhem.

4 Zie Siebers, H. (2017) *Naar een diverse organisatie van de gemeente Arnhem: Verbeterruimte in gelijke kansen en inclusie van diverse medewerkers.* Onderzoeksrapport, Universiteit van Tilburg en vele reacties in de media en de gemeente daarop.

5 Uitvoeringsplan Inclusief Arnhem 2020-2022, p.4.

onderzoek beperkt zich tot het derde punt (c): het analyseren van de inhoud van de gemeentelijke communicatie en ervaringen van herkenning, uitsluiting en discriminatie daaromtrent. Gezien de omvang van het onderzoek is de opdracht van de gemeente om in dit onderzoek specifiek te kijken naar de publiekscommunicatie.
De gemeente Arnhem geeft aan oog te hebben voor alle vormen van diversiteit, maar heeft gevraagd binnen deze onderzoeksopdracht vooral te letten op inclusiviteit ten opzichte van: Arnhemmers met een migratieachtergrond, Arnhemmers met een LHBTQI+ identiteit en Arnhemmers met een beperking.

*Onderzoeksvragen*
In dit onderzoek staat de volgende hoofdvraag centraal:

*Hoe inclusief is de publiekscommunicatie van de gemeente Arnhem als het gaat om Arnhemmers met een migratieachtergrond, mensen met een beperking en personen uit de LHBTQI+ gemeenschap?*

De hoofdvraag wordt beantwoord aan de hand van het onderzoeken van de volgende twee deelvragen:

- *Welke goede voorbeelden van inclusieve communicatie richting deze sociale groepen zijn te vinden in publiekscommunicatie van de gemeente Arnhem?*
- *Welke aandachtspunten omtrent inclusieve communicatie richting deze sociale groepen worden gesignaleerd in publiekscommunicatie van de gemeente Arnhem?*

Om bovenstaande vragen te beantwoorden worden op basis van algemeen geldende wetenschappelijke inzichten ten aanzien van inclusieve communicatie publiekscommunicatiematerialen van gemeente Arnhem geanalyseerd. Daarnaast worden op basis van literatuur, materialenanalyse en groepsgesprekken met Arnhemmers, concrete adviezen en richtinggevende aanbevelingen geformuleerd om de communicatie inclusiever te maken.

Dit onderzoek is geen doel op zich (het gaat niet om een beoordeling van de communicatie van de gemeente Arnhem). Het onderzoek is een middel voor de gemeente om inzicht te krijgen in de vraag wat inclusieve communicatie is, hoe inclusief de eigen publiekscommunicatie is en wat mogelijke verbeterpunten zijn. Aan de hand van antwoord op de onderzoeksvragen wordt concreet advies opgesteld en richtinggevende aanbevelingen geformuleerd die de gemeente kunnen helpen in het inclusiever maken van de communicatie.

## 1.1. Leeswijzer

Dit rapport bestaat uit zeven hoofdstukken. In hoofdstuk twee lichten we allereerst de aanpak van het onderzoek toe. In het derde hoofdstuk werken we uit wat we, op basis van literatuurstudie, verstaan onder inclusieve communicatie. We werken toe naar een definitie van het begrip en bespreken welke andere begrippen en dimensies deel zijn van en raken aan dit onderwerp. In hoofdstuk vier en vijf worden de bevindingen van dit onderzoek gedeeld. In hoofdstuk vier gaan we in op de bevindingen die voortkomen uit de materiaalanalyse en in hoofdstuk vijf doen we verslag van de bevindingen vanuit de groepsgesprekken die gevoerd zijn met Arnhemmers. Tenslotte worden in hoofdstuk zes de conclusies gepresenteerd en in hoofdstuk zeven sluiten we af met suggesties en aanbevelingen voor de gemeente Arnhem.

# 2 Aanpak

Het doel van dit onderzoek en de vragen die in dit onderzoek centraal staan nodigen uit tot een kwalitatief onderzoeksdesign. Om antwoord te geven op de onderzoeksvragen, hebben we binnen dit design verschillende onderzoeksactiviteiten verricht, namelijk: een literatuurverkenning, analyse van publiekscommunicatiemateriaal van de gemeente, en groepsgesprekken met Arnhemmers met een migratieachtergrond, Arnhemmers met een LHBTQI+ identiteit en Arnhemmers met een beperking en Arnhemmers die nauw betrokken zijn bij personen uit deze sociale groepen. In dit hoofdstuk lichten we het design van dit onderzoek nader toe. Ook wordt de aanpak van verschillende onderzoeksactiviteiten beschreven.

## 2.1. Onderzoeksdesign

Het doel van dit onderzoek is aan de hand van analyse van een selectie uit het publiekscommunicatiemateriaal van de gemeente en groepsgesprekken met een aantal daarvoor geselecteerde Arnhemmers zicht te krijgen op hoe inclusief het communicatiemateriaal van de gemeente is. Vertrekkende vanuit een wetenschappelijk kader rondom het begrip inclusieve communicatie werken we met dit onderzoek toe naar een beschrijving van wat er volgens het huidige niveau van kennis al inclusief is in de geanalyseerde communicatie van de gemeente, hoe dat ervaren wordt door de Arnhemmers die wij gesproken hebben en wat nog aandachtspunten zijn. Het doel van dit onderzoek is op basis van analyse vanuit een wetenschappelijk kader te beschrijven wat in het onderzochte materiaal en aan de hand van de groepsgesprekken met deze groep Arnhemmers gesignaleerd wordt daar waar het gaat om inclusiviteit. Voor dit onderzoek is een bewuste selectie gemaakt van het communicatiemateriaal en de respondenten. Dat betekent dat we te maken hebben met een selecte steekproef. Op basis van dit onderzoek kunnen daarom geen algemene uitspraken gedaan worden over al het publiekscommunicatiemateriaal van de gemeente Arnhem of visies en ervaringen van alle Arnhemmers met een migratieachtergrond, Arnhemmers met een LHBTQI+ identiteit en Arnhemmers met een beperking rondom dit onderwerp. Tegelijkertijd is elk signaal en elke negatieve ervaring een sein richting de gemeente dat inclusiviteit in de communicatie nog aandacht vergt.

## 2.2. Deskresearch

Als eerste stap in dit onderzoek is deskresearch uitgevoerd. Het doel daarvan was, op basis van een verkenning van Nederlandse en internationale wetenschappelijke literatuur en praktijkdocumenten, de huidige kennis op het gebied van inclusieve communicatie en inclusieve terminologie in een kader samen te vatten en tot een definitie van inclusieve communicatie te komen. Door het opstellen van dit kader en de definitie is de interne validiteit van dit onderzoek gewaarborgd: er kon een analyse-instrument ontworpen worden waarmee we ook daadwerkelijke inclusiviteit van communicatie konden onderzoeken. Literatuur is verzameld via Google, Google Scholar en Web of Science. Er zijn zowel Nederlandse als Engelse zoektermen gebruikt, zoals 'inclusie'/ 'inclusion', 'communicatie'/ 'communication', 'inclusieve language', 'migratieachtergrond'/ 'migration background', 'ethnic minorities', 'LHBTQI'/ 'LGBTQI', 'gender' en 'beperking'/ 'disabled'. Van de literatuur die het meest bruikbaar was voor het vormen van het kader zijn vervolgens aanvullend de referenties nagetrokken, om te kijken of daar nog bruikbare bronnen tussen zaten (sneeuwbal methode). Naast peer reviewed artikelen (artikelen die voor publicatie door andere wetenschappers op kwaliteit en waarde beoordeeld zijn) zijn documenten en checklists van organisaties bekeken die zich bezighouden met inclusie en inclusieve communicatie, specifiek in relatie tot de drie sociale groepen die in dit onderzoek centraal staan.

Op basis van de literatuurverkenning is het kader inclusieve communicatie opgesteld (zie hoofdstuk 3) waarin de dimensies van inclusieve communicatie uiteengezet worden en een aantal belangrijke concepten worden gedefinieerd die een rol spelen bij inclusieve communicatie. Ook is op basis van deze

verkenning een definitie van inclusieve communicatie opgesteld. Ook is op basis van de deskresearch een overzicht gemaakt van huidige kennis omtrent inclusieve terminologie daar waar het gaat om verwijzing naar de drie sociale groepen die in dit onderzoek centraal staan (zie bijlage 1).

## 2.3. Analyse materiaal

Vervolgens is het publiekscommunicatiemateriaal van de gemeente geanalyseerd. Het doel hierbij was aan de hand van analyse van een selectie van materiaal de gemeente inzicht te geven in de stand van zaken en mogelijke verbeterpunten met betrekking de inclusiviteit van de communicatie.

*Selectie materiaal*

Gezien het doel van dit onderzoek is er voor de analyse een selectie gemaakt van het publiekscommunicatiemateriaal van de gemeente. Op basis van een aantal criteria die door de gemeente zijn opgesteld heeft de gemeente een eerste selectie van materiaal gemaakt. Criteria voor de selectie waren 1) het gaat om publiekscommunicatiemateriaal dat gemaakt wordt door de gemeenten (owned content), en 2) het gaat om publiekscommunicatiemateriaal dat actief gedeeld worden vanuit de gemeente, en 3) het gaat om publiekscommunicatie die breed publieksgericht is, waar alle Arnhemmers mee te maken krijgen, *of*, 4) het gaat om publiekscommunicatie die specifiek op (één van de) de drie groepen gericht is: Arnhemmers met een migratieachtergrond, Arnhemmers met een beperking en Arnhemmers met een LHBTQI+ identiteit. Op basis van deze criteria heeft de gemeente Arnhem een longlist opgesteld met materiaal die vallen onder de volgende zes categorieën: veelgebruikte producten en diensten; bewonerscommunicatie; campagnes; participatie; nieuws; sociale media; en diversiteit- en inclusiebeleid. Met het oog op het doel en de omvang van het onderzoek hebben de onderzoekers, in afstemming met de gemeente uiteindelijk een selectie van materialen van deze longlist geanalyseerd. Voor een overzicht van alle geanalyseerde materialen verwijzen we de lezer naar bijlage 2.

*Materiaalanalyse*

Voortbouwend op het kader inclusieve communicatie en het overzicht gemaakt van inclusieve terminologie is het analyse-instrument ontwikkeld dat gebruikt is voor de materiaalanalyse.

Aan de hand van de literatuurverkenning zijn vijf dimensies van inclusieve communicatie geïdentificeerd, namelijk: 1) toegankelijkheid, 2) diversiteit en representatie, 3) woord- en terminologiegebruik, 4) stereotypering, en 5) expliciete aandacht voor inclusie en anti-discriminatie.

Gezien de gemeente aangeeft dat toegankelijkheid binnen andere gemeentelijke programma's al aandacht krijgt, is deze dimensie niet meegenomen in dit onderzoek. Het analyse-instrument voor dit onderzoek is ontworpen rondom de laatste vier dimensies van inclusieve communicatie, namelijk diversiteit en representatie; woord- en terminologiegebruik; stereotypering en; expliciete aandacht voor inclusie en anti-discriminatie (zie bijlage 3).

Elk van deze vier dimensies is gespecificeerd in een aantal items. Een voorbeeld van een item is: *Worden er expliciet 1 of meerdere etnische/culturele groepen genoemd?* De items werden gescoord met ja, nee of niet van toepassing. Ook was er bij iedere dimensie ruimte voor het maken van notities over overkoepelden observaties met betrekking tot de dimensie, en observaties in relatie tot een specifieke items. In totaal bestaat het instrument uit 39 items (26 voor de analyse van tekst en 13 voor de analyse van beeld).

Om de betrouwbaarheid van het instrument te garanderen is een gebruiksinstructie voor de onderzoekers opgesteld. Ook zijn er proefanalyses uitgevoerd op basis waarvan het instrument is aangescherpt. In drie rondes hebben twee onafhankelijke codeurs steeds een klein subonderdeel van materialen geanalyseerd. Na elke ronde is gekeken naar overeenstemming en verschillen en zijn items waar nodig aangescherpt. Na de derde ronde lieten de analyses van twee codeurs tussen de 98% en 100% overeenstemming zien. Het coderingsschema is toen definitief gemaakt voor uitvoer van de definitieve analyses.

Voor de definitieve analyses is er binnen het onderzoeksteam een verdeling gemaakt van de materialen. In totaal zijn 112 teksteenheden en 104 beelden geanalyseerd (voor een overzicht zie bijlage 2). Nadat al het materiaal geanalyseerd was zijn de analyses per categorie communicatiemateriaal naast elkaar gelegd om te kijken welke patronen in relatie tot de vier dimensies van inclusieve communicatie naar voren kwamen. Er is gekeken *welke* dimensies naar voren komen en *hoe* deze naar voren komen, namelijk of deze in lijn zijn met het kader inclusieve communicatie of dat er nog aandachtspunten gesignaleerd worden. Van deze observaties wordt verslag gedaan in dit rapport.

*Categorisering en identificatie*

Dit onderzoek is gericht op de representatie van mensen met een beperking, een migratieachtergrond en/of uit de LHBTQI+ gemeenschap in de communicatie van Gemeente Arnhem. Binnen dit onderzoek kijken wij hoe mensen uit deze sociale groepen terugkomen in teksten en beeldmateriaal, waaronder foto's en video's, van de gemeente Arnhem. Omdat expliciete verwijzingen naar de sociale identiteiten van mensen niet altijd aanwezig zijn, is er gebruik gemaakt van weloverwogen aannames om de sociale identiteiten van mensen in beeld te identificeren en te analyseren. Indicatoren voor het categoriseren van iemand als 'vrouw' liggen bijvoorbeeld in kledingdrachten zoals een hoofddoek, een jurk, make-up of lang haar. Voor- en achternamen van personen in beeld kunnen eveneens een indicator zijn voor genderidentiteit en migratieachtergrond.

Desalniettemin kan het dus zo zijn dat iemand die door ons als onderzoekers wordt categoriseert als 'vrouw', zichzelf niet identificeert als een vrouw. Ook kunnen wij geen informatie produceren over diepere nuances (is iemand bijvoorbeeld een cisgender of transgender vrouw?).

## 2.4. Groepsgesprekken

Aanvullend op de materiaalanalyse zijn groepsgesprekken gevoerd met Arnhemmers. Het doel van deze gesprekken was te onderzoeken hoe Arnhemmers uit of nauw betrokken bij de drie sociale groepen de publiekscommunicatie vanuit de gemeente ervaren en welke goede voorbeelden en aandachtspunten zij daarbij signaleren. Aan de hand van de gesprekken hebben we de ervaringen van de communicatie in kaart gebracht en is gekeken of er, aanvullend op wat naar voren kwam uit de analyses van het materiaal, nog andere aspecten zijn die van belang zijn voor het inclusief zijn van de publiekscommunicatie van de gemeente.

*Respondenten*

Deelnemers bestonden uit Arnhemmers met een migratieachtergrond, personen uit de LHBTQI+ gemeenschap en mensen met een beperking. Daarnaast deden aan de gesprekken ook een aantal personen mee die vanwege persoonlijke situatie, werk en/of maatschappelijke betrokkenheid nauw betrokken zijn bij personen uit deze drie sociale groepen. Voorbeelden hiervan zijn een persoon die betrokken is bij verschillende maatschappelijke activiteiten met mensen die gevlucht zijn en een moeder van een kind met een beperking. In totaal zijn 8 groepsgesprekken gevoerd met 19 personen.
In dit onderzoek is gewerkt met een selecte steekproef. Werving van de respondenten vond plaats via gemeente Arnhem. De gemeente heeft vanuit het eigen netwerk van alle drie de groepen gericht personen aangedragen die betrokken zijn bij het thema diversiteit en inclusie in Arnhem. Het streven was vanuit alle drie de groepen negen personen te spreken (quotum steekproef). Nadat de gemeente het eerste contact had gelegd hebben de onderzoekers contact gezocht met respondenten en per groep meerdere groepsgesprekken georganiseerd. Uiteindelijk deden zeven mensen mee aan de groepsgesprekken over publiekscommunicatie en Arnhemmers met een migratieachtergrond, vier mensen aan de groepsgesprekken over publiekscommunicatie en Arnhemmers uit de LHBTQI+ gemeenschap en negen mensen aan de groepsgesprekken over publiekscommunicatie en Arnhemmers met een beperking. Gezien gewerkt is met een selecte steekproef zeggen de conclusies die getrokken worden op basis van analyse van de gesprekken alleen iets over de visies en ervaringen van deze personen. De conclusies zijn niet te generaliseren naar uitspraken

over alle personen met een migratieachtergrond, personen uit de LHBTQI+ gemeenschap en mensen met een beperking in Arnhem.

*Topiclijst en opzet van de groepsinterviews*

Op basis van de verkenning van Nederlandse en internationale wetenschappelijke literatuur en praktijkdocumenten over inclusie en inclusieve communicatie zijn voor de groepsgesprekken vragen opgesteld die zijn opgenomen in een topiclijst. De topiclijst bestond uit negen open vragen (zie bijlage 4). De focus in de groepsgesprekken lag op het ophalen van ervaringen met de publiekscommunicatie vanuit de gemeente, op dingen die volgens de Arnhemmers die we spraken al goed gaan en verbeterpunten. Voorbeeld van vragen die gesteld zijn zijn: *Kunt u aangeven hoe u de communicatie vanuit de gemeente ervaart? Heeft u daar over het algemeen een positief gevoel bij, of juist niet?* De respondenten is gevraagd om ook specifieke voorbeelden te geven van communicatiemateriaal. Waar mogelijk zijn communicatiematerialen vervolgens meegenomen in de materiaalanalyse. Waar nodig was er in de gesprekken ook ruimte voor respondenten om bredere ervaringen te delen rondom inclusie binnen de gemeente Arnhem.

De groepsgesprekken vonden plaats via MS TEAMS en duurden ongeveer 1,5 uur. Voor de groepsgesprekken is rekening gehouden met beperkingen van de verschillende deelnemers. Zo zijn in gesprekken met twee respondenten tolken aangesloten: een Gebarentolk Nederlandse Taal en een schrijftolk.

*Analyse*

Van ieder groepsgesprek is een verslag gemaakt waarin de hoofdpunten van het gesprek samengevat zijn. Enkele kernachtige quotes van deelnemers zijn ter illustratie toegevoegd. De verslagen zijn vervolgens per sociale groep tezamen bekeken om deze te analyseren. Daarbij is gekeken of er zich patronen voordeden in de verschillende gesprekken daar waar het gaat om de dimensies van inclusieve communicatie die in de gesprekken naar voren gebracht werden, dan wel als goed voorbeeld, dan wel als aandachtspunt. Ook is gekeken of er aanvullend op de dimensies nog andere punten of thema's rondom de inclusiviteit van de publiekscommunicatie van de gemeente Arnhem naar voren kwamen.

## 2.5. Positionaliteit

Zoals bij alle onderzoeken, vinden wij het als auteurs belangrijk om onze eigen positionaliteit in relatie tot dit onderzoek en de drie sociale groepen (mensen met een beperking, mensen met een migratieachtergrond, mensen uit de LHBTQI+ gemeenschap) te expliciteren omdat wij zien dat deze mede onze blik op het onderwerp, de data en interactie met respondenten bepaalt. Ten tijde van publicatie, bestaat het onderzoeksteam uit vier cisgender (waarvan één biseksuele en drie heteroseksuele) vrouwen. Een van de leden van het team heeft een fysieke beperking en geen van allen hebben een verstandelijke beperking. Een van de onderzoekers identificeert zich als een Witte Nederlander en drie onderzoekers identificeren zich als Nederlanders van kleur. Twee onderzoekers identificeren zich als moslim en dragen een hoofddoek, waaronder de onderzoeker die de interviews heeft gedaan. De diverse samenstelling van ons team op grond van beperkingen, LHBTQI+ identiteiten en etnische identiteiten hebben wij tijdens het onderzoek bewust ingezet om ervoor te zorgen dat we zoveel mogelijk blinde vlekken en aannames vermeden. Ook hebben we zo aan respondenten van kleur een interview context kunnen bieden waarin hun ervaringen konden delen met een interviewer van kleur met een hoofddoek. Alle auteurs werkten als een team en hadden regelmatig overleg om te verzekeren dat de data op inclusieve en sensitieve wijze verzameld en geanalyseerd werden en de analyse werd geleid door collectieve kennis, perspectieven en expertise.

# 3 Inclusieve communicatie: wat is dat?

In dit derde hoofdstuk werken we uit wat we, op basis van literatuurstudie, verstaan onder inclusieve communicatie. We werken toe naar een definitie van het begrip en bespreken welke andere begrippen en dimensies deel zijn van en raken aan dit onderwerp.

## 3.1. Inleiding

Communicatie speelt een belangrijke rol in het bieden van gelijke kansen en het stimuleren van gelijkwaardig burgerschap. De manier waarop mensen worden aangesproken, het zichtbaar maken van diverse groepen mensen en het expliciet benoemen van de gelijkwaardigheid van mensen kan een positieve impact hebben op de mate waarin mensen zich gezien, gerespecteerd en welkom voelen. Het gaat dan om communicatie vanuit instanties, organisaties, maar ook om communicatie zoals in de media (5)[6].

In Nederland zijn er verschillende groepen mensen die discriminatie ervaren in de samenleving en/of binnen specifieke instituties. Zo laat de monitor discriminatiezaken 2020 zien dat er in Nederland nog regelmatig discriminatie ervaren wordt op grond van lichamelijke, zintuigelijke, mentale en/of verstandelijke beperking, etniciteit, kleur en geslacht (6). Discriminatie kan ook gepaard gaan met communicatie. In veel instituties in Nederland zijn het voornamelijk mensen uit de maatschappelijk geprivilegieerde groepen (bijvoorbeeld mensen zonder beperking, zonder migratieachtergrond, wit, man, heteroseksueel) die op de posities zitten om communicatie vorm te geven. Dit zorgt er voor dat het perspectief van minder geprivilegieerde groepen en individuen vaak nog minder ruimte krijgt (5) , en kan resulteren in (onbedoelde) normativiteit en stereotypering ten opzichte van minder geprivilegieerde groepen in de samenleving. Door middel van het gebruik van bepaalde woorden en beelden kan in communicatie (impliciet of expliciet) van een norm uitgegaan worden waarin aspecten zoals witheid, mannelijkheid, heteroseksualiteit en validisme[7] centraal staat.

In dit hoofdstuk zetten we de bevindingen van de literatuurstudie uiteen. Allereerst gaan we in op wat we op basis van de literatuur verstaan onder twee belangrijke begrippen die te maken hebben met inclusieve communicatie: stereotypen en vooroordelen. Vervolgens gaan we in op een aantal dimensies die een rol spelen als het gaat om inclusiviteit van communicatie, Ook bespreken we kort een aantal mechanismen die ten grondslag liggen aan dynamieken van in- en uitsluiting. We sluiten het hoofdstuk af met een definitie van inclusieve communicatie.

## 3.2. Stereotypen en vooroordelen

Twee belangrijke begrippen die te maken hebben met het zorgen voor inclusieve communicatie zijn stereotypen en vooroordelen. In deze paragraaf zetten we uiteen wat we onder deze begrippen verstaan en wat deze met inclusie en communicatie te maken hebben.

Een stereotype is een cognitieve veralgemenisering (bijvoorbeeld een overtuiging of verwachting) over de kwaliteiten en kenmerken van objecten, gebeurtenissen, acties, leden van een groep of sociale categorie (7). Allemaal gebruiken we stereotypen om de wereld om ons heen betekenis te geven (8). We ontwikkelen deze stereotypen van jongs af aan (9). Stereotypen helpen ons

6 De cijfers tussen haakjes verwijzen naar bronnen die weergegeven staan in de literatuurlijst op pagina 66.

7 Een ideologie of denken waarin het hebben van een beperking wordt gezien als een stoornis en tekortkoming. Zie voor meer toelichting paragraaf 3.3.

sneller en efficiënter informatie te verwerken en vereenvoudigen en versnellen percepties en oordelen. Echter, stereotypen kunnen er ook voor zorgen dat we informatie die tot ons komt vervormen opdat deze aansluit bij denkbeelden die we (onbewust) al hebben. En daar komt het gevaar om de hoek kijken, zeker als het gaat om stereotypen over bepaalde sociale groepen in de samenleving: we nemen de informatie op die aansluit bij denkbeelden die we (onbewust) al hebben en negeren of wijzen de informatie af die daar niet op aansluit. Stereotypen werken dan als automatische associaties tussen lid zijn van een bepaalde groep en het bezitten van bepaalde kenmerken (10).

Een bron van stereotypen en vooroordelen is de menselijke neiging de sociale wereld op te delen in *wij* en *zij* (een in-group en een out-group). Meestal beschouwen we leden van de out-group (onbewust) als inferieur, anders dan wijzelf en als één homogene groep (11). Naast dat het vormen van stereotypen en vooroordelen een menselijke neiging is, worden stereotypen ook sterk gevoed door dominante culturele waarden en boodschappen die we op meer impliciete maar ook expliciete manieren opdoen (12). Wij leren allemaal door de verhalen en beelden die we meekrijgen van familie, vrienden en via instituties als onderwijs en de media om de wereld op een bepaalde manier te begrijpen en betekenis te geven. Communicatie en specifiek het gebruik van bepaalde taal en beelden speelt dus een grote rol in het introduceren, reproduceren dan wel tegengaan van stereotypen en vooroordelen ten opzichte van verschillende sociale groepen.

Stereotypen over groepen mensen, die dus vooral cognitief van aard zijn in de zin dat ze te maken hebben met hoe we denken, gaan vaak samen met vooroordelen. Vooroordelen zijn negatieve attituden ten opzichte van andere mensen of sociale groepen die gevormd zijn voorafgaand aan enige ervaring of contact met die persoon of groep (13, 14).

Stereotypen en vooroordelen over andere mensen hebben vaak te maken met het (al dan niet) behoren van deze mensen tot bepaalde sociale groepen in de samenleving. Deze sociale groepen worden gevormd door bijvoorbeeld etniciteit, religie, politiek, geografische locatie, taal, seksuele oriëntatie, gender, het hebben van een beperking en/of uiterlijke kenmerken (15-19).

Stereotypen ten opzichte van mensen met een migratieachtergrond zijn in communicatie bijvoorbeeld terug te zien in manieren van schrijven en verbeelden waarbij witheid, culturele gebruiken en religie van witte Nederlanders als de (impliciete) norm gehanteerd wordt. En als mensen met een migratieachtergrond worden genoemd, wordt de migratieachtergrond vaak gezien als het enige kenmerk wat er toe doet, waardoor andere identiteitsaspecten van deze personen buiten beschouwing gelaten worden.

Stereotypen ten opzichte van mensen met een beperking zijn in communicatie bijvoorbeeld terug te zien in het alleen naar mensen met een beperking verwijzen in tekst en beeld wanneer het om specifieke behoeften of ervaringen gaat van individuen uit deze groep. En als mensen met een beperking worden genoemd, wordt de beperking vaak gezien als het enige kenmerk wat er toe doet, waardoor andere identiteitsaspecten van deze personen buiten beschouwing gelaten worden. In lijn hiermee wordt vaak verwezen naar personen met een beperking als één met die beperking (bijv. 'slechtzienden of horende' horen we veel vaker dan 'een persoon met een visuele of gehoor- beperking').

Stereotypen die te maken hebben met een onderscheid dat tussen mensen gemaakt wordt op basis van gender en/of seksuele oriëntatie zijn in communicatie bijvoorbeeld terug te zien in het feit dat er vaak niet genderneutraal gecommuniceerd wordt. Vaak wordt er in woorden, zinnen en uitdrukkingen onnodig gedifferentieerd tussen gender en/of wordt een bepaald gender onnodig geëxcludeerd. Mannelijkheid wordt vaak als (impliciete) norm gehanteerd: Teksten worden vaak opgesteld in hij/ hem/ zijn -vorm en mannen worden vaker opgenomen in tekst en beeld[8]. Hiernaast worden vrouwen en

8 Zo heeft onderzoek van Mesman et al. (2019) naar Nederlands onderwijsmateriaal aangetoond dat vrouwen gemiddeld veel minder vaak voorkomen dan mannen.

mannen vaak genoemd of verbeeld bij stereotiepe beroepen en activiteiten. Mannen worden vaker beroepsmatig beschreven en afgebeeld en in een grotere diversiteit aan beroepen, terwijl vrouwen vaker in verzorgende taken of in het onderwijs worden gerepresenteerd. Daarnaast worden vrouwen in vergelijking met mannen meer in bijrollen afgebeeld in plaats van hoofdrollen (20). Hiernaast toont onderzoek naar materiaal in de onderwijssector aan dat er buiten het binaire onderscheid man-vrouw weinig representatie is van gender diversiteit en dat diversiteit op het gebied van seksuele oriëntatie meestal volledig afwezig is (20).

Stereotypen en vooroordelen worden deels gevormd en bestendigd door herhaaldelijke blootstelling aan associaties (in woord of beeld) tussen bepaalde sociale groepen en bepaalde gedragingen, onderwerpen of activiteiten. Ze zijn moeilijk te veranderen. Zelfs wanneer waarnemers individuen tegenkomen met kwaliteiten die niet congruent zijn met het stereotype, veranderen stereotypen vaak niet direct (21, 22). In plaats van stereotypen te veranderen, maken mensen dan een subcategorie aan (dus de meeste vrouwen zijn erg x, y, of z, maar deze vrouw is een uitzondering). Ook vooroordelen zijn erg moeilijk te veranderen, omdat al bestaande vooroordelen beïnvloeden hoe we nieuwe informatie opnemen en hoe we ons in nieuwe situaties en ervaringen opstellen. Hoewel verandering van stereotypen en vooroordelen moeilijk is, kan blootstelling aan contra-stereotype associaties er voor zorgen dat stereotype associaties verzwakken (23). Zo heeft onderzoek naar gender stereotypen in STEM (Science, Technology, Engineering and Mathematics) onderwijs aangetoond dat blootstelling aan beelden van en contact met succesvolle vrouwelijke wetenschappers gender gerelateerde STEM stereotypen verzwakten (24). Echter, onderzoek wijst uit dat mensen meerdere en elkaar versterkende voorbeelden nodig hebben in verschillende contexten om contra-stereotypen te beschouwen als bewijs van trends (25).

## 3.3. Onderliggende uitsluitingsmechanismen

Eerder werd al aangegeven dat het perspectief van de maatschappelijk meer geprivilegieerde groepen (vaak onbedoeld) normatief (vanuit een impliciete norm vormgegeven) en stereotype kan zijn ten opzichte van andere en/of minder geprivilegieerde groepen in de samenleving. Aan deze normativiteit en stereotypering liggen verschillende mechanismen ten grondslag. Als het gaat om mensen met een migratieachtergrond, met een beperking en LHBTQI+ personen, dan zijn racisme, seksisme, cisnormativiteit, heteroseksisme en validisme de voornaamste onderliggende uitsluitingsmechanismen. Hieronder lichten we kort toe wat verstaan wordt onder deze mechanismen.

**Racisme** De term 'ras' is een sociaal construct, dat mensen op arbitraire gronden (zoals huidskleur) hebben bedacht en dat gebruikt wordt om onterecht een rangorde (hiërarchie) tussen groepen te maken. Tegenwoordig wordt nog steeds gedacht in 'raciale' categorieën (26). Racisme is een ideologie of denken waarbij ervan uitgegaan wordt dat 'ras' een fundamentele determinant is van de intellectuele, fysieke of andersoortige capaciteiten van mensen én daarbij het ene ras superieur stelt aan een ander ras. Racisme komt terug in systemen en structuren in de samenleving, in persoonlijke overtuigingen en het handelen van mensen (26).

**Seksisme** is een ideologie of denken waarbij veronderstelt wordt dat bepaalde biologische eigenschappen, zoals de chromosomen, voorplantingsorganen en hormonen (sekse) en bepaalde eigenschappen die in de samenleving bestempeld worden als 'vrouwelijk' dan wel 'mannelijk' superieur zijn aan andere. Ook seksisme komt terug in systemen en structuren in de samenleving, in persoonlijke overtuigingen en het handelen van mensen.

**Cisnormativiteit** is een ideologie of denken waarin er van uitgegaan wordt dat ieders genderidentiteit overeenkomt met het geboortegeslacht. Vanuit deze ideologie worden mensen die een genderidentiteit en/of -expressie hebben die niet overeenkomt met hun biologische geslacht als 'afwijkend' beschouwd. Ook

cisgenderisme komt terug in systemen en structuren in de samenleving, in persoonlijke overtuigingen en het handelen van mensen. Cisgenderisme kan samengaan met transfobie: een angst voor transmensen en transseksualiteit wat kan leiden tot vijandig en discriminerend gedrag.

**Heteroseksisme** is een ideologie of denken waarin hetero zijn (je romantisch en/of seksueel aangetrokken voelen tot het andere geslacht) als natuurlijke toestand en norm van de mens beschouwd wordt (vandaar dat de term heteronormativiteit ook wel gebruikt wordt). Volgens die norm zijn er twee complementaire en tegenover elkaar staande geslachten (man en vrouw) met eigen sociale rollen. Binnen die rollen bezitten enkel mannen mannelijkheid en vrouwen vrouwelijkheid. Seksuele geaardheid en oriëntatie maakt deel uit van die rol. De verwachting dat vrouwen op mannen vallen en mannen seksueel worden aangetrokken tot vrouwen, is heteronormatief. Andere geaardheden worden in deze context gezien als afwijkend. Ook heteroseksisme komt terug in systemen en structuren in de samenleving, in persoonlijke overtuigingen en het handelen van mensen. Heteroseksisme gaat vaak samen homofobie, transfobie en bifobie (27).

**Validisme** is een ideologie of denken waarin het hebben van een beperking wordt gezien als een stoornis en tekortkoming (28). Niet beperkt zijn wordt als norm gezien en gehanteerd waardoor mensen met een beperking uitgesloten, beperkt en achtergesteld worden. Het *Center of Disability Rights* definieert validisme als "Overtuigingen en praktijken die mensen met een lichamelijke, verstandelijke of psychiatrische handicap devalueren en discrimineren, en berust vaak op de aanname dat mensen met een beperking op de een of andere manier 'gerepareerd' moeten worden." (29, 30). Ook validisme komt terug in systemen en structuren in de samenleving, in persoonlijke overtuigingen en het handelen van mensen.

## 3.4. Dimensies voor het analyseren van inclusiviteit in communicatie

Uit bovenstaande verkenning kunnen we een aantal dimensies afleiden die van belang zijn te onderzoeken als het gaat om inclusiviteit van communicatie: toegankelijkheid, diversiteit en representatie, woord- en terminologiegebruik, stereotypering en expliciete aandacht voor inclusie en anti-discriminatie.

*Toegankelijkheid*

Bij inclusiviteit gaat het in eerste instantie om vragen over toegankelijkheid: is de informatie voor iedereen toegankelijk en is deze voor iedereen begrijpelijk? Voor mensen die het Nederlands als tweede taal hebben gaat het dan bijvoorbeeld om de vraag of de informatie beschikbaar in is verschillende talen. Voor mensen met een met een lichamelijke beperking (bijvoorbeeld een auditieve of een visuele beperking) gaat het dan om de vraag of informatie ook via andere kanalen en/of in andere vormen aangeboden wordt. Bijvoorbeeld is er de mogelijkheid het lettertype op een website te vergoten? En is er de optie informatie op websites te laten voorlezen? Zijn gesproken items en filmpjes ondertiteld? En zijn de beelden op de website vergezeld van ALT tekst, zodat beelden in woorden kunnen worden omschreven voor diegene die een schermlezer gebruiken?

*Diversiteit en representatie*

Bij diversiteit en representatie gaat het er in eerste instantie om dat verschillende groepen mensen gerepresenteerd worden en dat verschillende groepen mensen zichzelf kunnen herkennen in tekst en beeld. Wordt er bijvoorbeeld in tekst verwezen naar verschillende sociale groepen? (denk bijvoorbeeld aan mensen met een beperking en mensen zonder een beperking). En zijn personen uit deze verschillende sociale groepen ook terug te zien in de beelden die gebruikt worden? Naast dat aandacht voor deze vragen belangrijk is zijn er bij het bieden van ruimte voor diversiteit en representatie een aantal valkuilen waar op gelet moet worden. Een eerste valkuil is dat individuen uit bepaalde sociale groepen alleen gerepresenteerd worden bij bepaalde (stereotype)

onderwerpen. Bijvoorbeeld wanneer er alleen naar mensen van kleur verwezen wordt als het om sport gaat, of naar mensen met een beperking wanneer het om specifieke voorzieningen gaat. Een tweede valkuil is dat identiteiten als statisch en eenvoudig gepresenteerd worden. Bijvoorbeeld wanneer er alleen verwezen wordt naar iemands etnische identiteit en andere identiteitsaspecten als gender, leeftijd, beroep onbenoemd blijven. Bij het ruimte bieden voor diversiteit en representatie is het dan ook belangrijk aandacht te besteden aan de meervoudigheid van identiteiten. Dit creëert tegelijk ook ruimte voor een intersectionele beschouwing van diversiteit: in relatie tot de verschillende indentiteitsaspecten kunnen verschillende vormen van ongelijkheid in kaart gebracht worden. Hierdoor kan zichtbaar worden hoe deze verschillende vormen van ongelijkheid samenwerken en elkaar versterken. Vaak wordt bijvoorbeeld genderongelijkheid gezien als losstaand van ongelijkheid op basis van etniciteit, kleur, klasse, seksuele oriëntatie of het hebben van een beperking. Echter, mensen zijn onderhevig aan verschillende vormen van ongelijkheid en die ervaring is meer dan de som der delen (31). In inclusieve communicatie worden deze verschillende meervoudige identiteiten van mensen benoemd en laten zien.

*Woord- en terminologiegebruik*

Wat taal betreft is het belangrijk dat bewuste keuzes gemaakt worden wat betreft de termen die gebruikt worden om sociale groepen te duiden. Belangrijk is dat deze gebaseerd zijn op het huidige niveau van kennis en waar mogelijk specifiek, bewust person-first óf identity-first, en parallel zijn. Hiernaast is het voor inclusief woord- en terminologiegebruik ook belangrijk dat gebruikte termen aansluiten bij de termen die personen uit de sociale groepen zelf verkiezen, iets wat per context ook kan verschillen. Deze verschillende aspecten worden hieronder nader toegelicht.

*Gebaseerd op het huidige niveau van kennis*

Wil communicatie inclusief zijn, dan is het belangrijk dat termen die gebruikt worden aansluiten op het huidige niveau van kennis. Verschillende erkende (internationale) wetenschappelijke instituten zoals de American Psychological Association (APA) (32) en internationale sociale instituten zoals de VN formuleren uitgangspunten en principes die in ogenschouw gehouden moeten worden wanneer we willen zorgen voor inclusieve communicatie. Naast dat deze instituties en organisaties waardevolle uitgangspunten en principes formuleren is het ook belangrijk om in de context waar de communicatie plaatsvindt te kijken welke termen de mensen en groepen waarover de informatie gaat en/of voor wie de informatie bedoeld is zelf gebruiken (32). In het geval van dit onderzoek gaat het om de Nederlandse en specifiek de Arnhemse context. In de Nederlandse context zijn door verschillende sociale organisaties en instituten documenten opgesteld door of in nauwe samenspraak met individuen uit verschillende sociale groepen. In deze documenten wordt beschreven wat wenselijke termen en aandachtspunten zijn om communicatie inclusief te maken. Op basis van deze verschillende input is voor dit onderzoek een overzicht gemaakt van het huidige niveau van kennis wat betreft inclusief woord- en terminologiegebruik (zie bijlage 1). Dit overzicht is gebruikt voor de analyse van het publieksmateriaal van de gemeente Arnhem. Parallel aan deze analyse zijn groepsgesprekken gevoerd met Arnhemmers met, of nauw betrokken bij mensen met een migratieachtergrond, mensen met een beperking en personen uit de LHBTQI+ gemeenschap om hen te vragen naar hun ervaringen en perspectieven en ervaringen en perspectieven van mensen om hen heen op het onderwerp. Ook is hen gevraagd aan welke termen zij de voorkeur geven wanneer in communicatie expliciet naar bepaalde sociale groepen verwezen wordt waartoe zij behoren.

Belangrijk om hier te noemen: het streven naar inclusieve communicatie gaat gepaard met het accepteren dat taal met de tijd verandert en in verschillende contexten verschillend betekenis gegeven wordt. Individuen binnen groepen kunnen ook anders denken over en omgaan met de benamingen die ze gebruiken (32). Voor veel termen bestaan argumenten vóór en tegen (33). Het

overzicht van termen wat voor dit onderzoek gebruikt is, is daarom de richtlijn die wij op basis van huidige kennis en context in Nederland aanhouden. Tegelijk zal dit overzicht continu kritisch beschouwd en aangepast moeten worden in overleg met de mensen over wie het gaat.

*Passend niveau van specificiteit*

Voor inclusieve communicatie is het belangrijk dat, wanneer we naar een persoon of personen verwijzen, we woorden kiezen die nauwkeurig, duidelijk en vrij van stereotypen zijn (32). Daarbij is het van belang alleen die kenmerken van mensen te benoemen die relevant zijn voor het onderwerp. De APA (32) geeft hier een paar voorbeelden die we overnemen in dit onderzoek:

- Bij het schrijven over etnisch/culturele groepen is de natie of regio van herkomst specifieker dan een algemene oorsprong. Bijvoorbeeld, daar waar het om migratieachtergrond gaat is het specifieker te verwijzen naar 'Marokkaanse Nederlanders' en 'Chinese Nederlanders' in plaats van naar 'Noord Afrikaanse Nederlanders' of 'Aziatische Nederlanders'.
- Bij het schrijven over genderidentiteit heeft een specifieke duiding (bijv. cisgender vrouwen, transgender vrouwen) de voorkeur boven een algemenere duiding (bijv. vrouwen) of algemene niet-gendertermen (bijv. mensen, individuen).
- Bij het schrijven over seksuele oriëntatie gaat de voorkeur uit naar het gebruik van specifiekere termen (bijv. lesbiennes, homoseksuele mannen, biseksuelen, hetero's) in plaats van brede groepslabels (bijv. homoseksueel of LHBTQI+).
- Bij het schrijven over mensen met een beperking wordt, in plaats van bijvoorbeeld 'persoon met een fysieke beperking', waar mogelijk verwezen naar de specifieke beperking die een persoon ervaart (bijvoorbeeld 'persoon met een visuele beperking'). Bij het schrijven over mensen met een beperking zijn namen van aandoeningen (bijv. de ziekte van Alzheimer) ook specifieker dan categorieën aandoeningen (bijv. dementie).

*Person first- of identity first taal*

Voor inclusieve communicatie is het belangrijk bewust te kijken naar hoe verwezen wordt naar de kenmerken van personen en groepen. Dit komt het duidelijks tot uiting daar waar het gaat om verwijzing naar mensen met een beperking. Zo kan er eerst naar de persoon verwezen worden en pas daarna naar een specifiek kenmerk van deze persoon of toestand waar deze persoon zich in bevindt (bijvoorbeeld 'persoon met dyslexie'), zoals in *person-first* taal wordt gedaan, of er kan eerst naar de aandoening of toestand verwezen worden en vervolgens pas naar de persoon (bijvoorbeeld 'dyslectisch persoon'), zoals in *identity-first* taal wordt gedaan. Ook kunnen er labels gebruikt worden die mensen gelijkstellen aan hun aandoening of toestand (bijvoorbeeld 'dyslectici'). Bij identity-first taal wordt de persoon als het ware vereenzelvigd met de aandoening of toestand waarin deze zich bevindt. Dit wordt vaak, ook door mensen met een beperking zelf, niet als wenselijk gezien. Er zijn echter ook groepen en individuen die aangeven voor zichzelf *identity-first* taal te prefereren (34, 35, 36, 32). Daarom kan als richtlijn aangehouden worden dat het altijd de voorkeur heeft om individuen en groepen te vragen hoe zij het liefst aangesproken worden. Tenzij duidelijk is dat een specifieke groep of een individu aangeeft voor zichzelf *identity-first* taal te prefereren, wordt person-first taal gebruikt.

*Parallel*

Wanneer in tekst naar verschillende individuen of verschillende sociale groepen verwezen wordt is het belangrijk dat deze individuen of verschillende sociale groepen parallel met elkaar worden vergeleken. Parallel is bijvoorbeeld "Nederlanders met een migratieachtergrond versus Nederlanders zonder een migratieachtergrond" (niet parallel is bijvoorbeeld de term 'nieuwkomers' - omdat je niet spreekt van oudkomers).

## Stereotypering

In paragraaf 3.1 is al ingegaan op de link tussen stereotypen en inclusiviteit van communicatie. Wil communicatie inclusief zijn is het belangrijk communicatie via tekst en beeld te analyseren op de (impliciete en expliciete) stereotypen die ge(re)produceerd worden. Zo kunnen tekst- en beeld boodschappen bepaalde normativiteit en/of een hiërarchie tussen groepen communiceren. Soms wordt de stereotype gecreëerd of gereproduceerd in de tekst of het beeld op zich, of soms zit de creatie of reproductie van het stereotype hem in de combinatie van de tekst en het beeld.

### *Normvrij*

Stereotypering gaat vaak gepaard met een bepaalde normativiteit. Als er sprake is van normativiteit wordt een bepaalde sociale groep (of groepen) en kenmerken van deze sociale groep(en) als vanzelfsprekend en andere als 'bijzonder'/ afwijkend en/of inferieur beschouwd. Normativiteit komt vaak eerder impliciet in communicatie naar voren, bijvoorbeeld als bepaalde mensen, zaken of gebeurtenissen als 'normaal' gepresenteerd worden terwijl andere als 'bijzonder' of uitzondering gepresenteerd worden, of als bepaalde onderwerpen niet besproken worden, terwijl andere dat wel worden.

Als het om migratieachtergrond gaat kan deze normativiteit gepaard gaan met kleurenblindheid. Kleurenblindheid is een ideologie die vaak bewust of onbewust gehanteerd wordt en verwijst naar de overtuiging dat vooroordelen voortkomen uit de nadruk op sociale categorieën zoals etniciteit en cultuur, en dat vooroordelen kunnen worden voorkomen door etniciteit, cultuur en kleur niet op te merken (37). Vanuit een kleurenblinde ideologie wordt verschil en ongelijkheid niet besproken of getoond, maar wordt juist de overeenkomst tussen groepen of individuen of uniciteit benadrukt (38).

Hiernaast kan normativiteit ook geuit worden in het uitsluitend denken en communiceren in termen van achterstanden en/of tekorten over bepaalde sociale groepen in de samenleving, ook wel 'deficit denken' genoemd (39, 40). In communicatie uit dit zich in de aandacht voor het zogenaamd sociaal en/ of cultureel 'achterlopen' van bepaalde groepen ten opzichte van de witte Nederlandse normgroep. Binnen het deficit denken is er daardoor enerzijds geen aandacht voor wat (individuen) binnen deze groepen wel beheersen en of kunnen (bijvoorbeeld de eigen taal, cultuur en kennis) en anderzijds geen aandacht voor de bredere maatschappelijke oorzaken van de positie en soms reële belemmeringen en uitsluiting die bepaalde sociale groepen in de samenleving ervaren. Hierdoor worden vanuit deficit denken bepaalde sociale groepen gereduceerd tot hulpbehoevende groepen die van alles nodig hebben om de zogenaamde achterstanden tegen te gaan.

### *Bestaande hiërarchieën uitdagen en/of tegengaan*

Ook kan stereotypering samen gaan met het (re)produceren van bepaalde en/ of valse hiërarchieën tussen groepen. Er is sprake van hiërarchie als bepaalde sociale groepen of kenmerken van sociale groepen worden gepresenteerd als superieur of inferieur ten opzichte van andere sociale groepen. Hiërarchie raakt aan normativiteit in de zin dat door het presenteren van informatie of beelden op een bepaalde manier de boodschap overgebracht wordt dat bepaalde mensen, zaken of gebeurtenissen bijvoorbeeld 'beter'/ 'competenter' en/of 'machtiger'/ 'krachtiger' zijn dan andere (bijvoorbeeld waardevoller, verder ontwikkeld of meer in een leidinggevende rol in plaats van een 'begeleide' rol). Er kan in communicatie sprake zijn van het (re)produceren van valse hiërarchieën (bijvoorbeeld het idee dat bepaalde sociale groepen 'zwakker' en niet zelfredzaam zijn en door andere 'in hun kracht gezet moeten worden'), of van het reproduceren van bestaande hiërarchieën (bijvoorbeeld wanneer sociale groepen in volgorde van dominantie worden genoemd, denk aan eerst witte Nederlanders of mannen, dan andere groepen).

## Expliciete aandacht voor inclusie en anti-discriminatie

Wil communicatie in een nog ongelijke samenleving inclusief zijn, dan is het ook belangrijk dat er in communicatie expliciet aandacht is voor inclusie en anti-discriminatie. Wordt bijvoorbeeld gecommuniceerd door een organisatie wat deze er actief aan doet om in deze nog ongelijke samenleving toch een inclusieve organisatie te zijn? En is er informatie te vinden over waar mensen

terecht kunnen als ze zich niet gerepresenteerd zien of wanneer ze gediscrimineerd of racistisch bejegend worden? In de directe communicatie over inclusie en diversiteit laat een organisatie zien hoe zijn staan tegenover diversiteit en inclusie, hoe kritisch en integraal hun aanpak is, en in hoeverre en ruimte is voor meerstemmigheid.

## 3.5. Definitie inclusieve communicatie

Op basis van de literatuurstudie naar inclusieve communicatie en de verkenning van centrale concepten en dimensies die daarbij een rol spelen zijn wij tot de volgende definitie van inclusieve communicatie gekomen:

In inclusieve communicatie wordt het belang van woorden en beelden gewaardeerd en wordt kritisch gekeken naar de impact die ze hebben.

Inclusieve communicatie is vrij van taal en beelden die stereotypen, vooroordelen, normativiteit of discriminatie creëert of in stand houdt.

Door taal en beelden inclusief te maken door middel van aandacht voor toegankelijkheid, diversiteit en representatie, bewust woord- en terminologiegebruik, contra-stereotypen en expliciete aandacht voor inclusie en anti-discriminatie wordt de ontvanger vanuit erkenning, gelijkwaardigheid en respect betrokken (41, 42, 43, 44).

# 4 Bevindingen vanuit de materiaalanalyse

In dit hoofdstuk bespreken we de resultaten van de analyse van de publieks-communicatiematerialen van de gemeente Arnhem. In paragraaf 4.1 presenteren we de overkoepelende bevindingen daar waar het gaat om de vier dimensies van inclusieve communicatie die in dit onderzoek centraal staan: Diversiteit en representatie, woord- en terminologiegebruik, stereotypering en expliciete aandacht voor inclusie en anti-discriminatie[9]. Aan de hand van de uitkomsten van de analyse met het analyse-instrument inclusieve communicatie bespreken we hoe deze dimensies uit de analyse naar voren komen: wat gaat er al goed en waar vergen bepaalde dimensies nog aandacht? Daarbij worden zowel goede voorbeelden aangehaald als concrete aanbevelingen voor verbetering, aanpassing of alternatieven gedeeld.
Vervolgens delen we, voor de lezer die geïnteresseerd is in meer detail, in paragraaf 4.2 tot en met 4.8 de bevindingen rondom de zeven specifieke categorieën communicatiemateriaal: Veelgebruikte producten en diensten (4.2), Bewonerscommunicatie (4.3), Campagnes (4.4), Participatie (4.5), Nieuws (4.6), Sociale media (4.7) en diversiteit- en inclusiebeleid (4.8). In deze paragrafen wordt in de presentatie van de bevindingen ten eerste weergegeven welk van de vier dimensies van inclusieve communicatie bij de analyse van de specifieke categorie materiaal naar voren komen. Vervolgens wordt in meer detail besproken hoe die dimensies naar voren komen, namelijk welke goede voorbeelden uit de analyse naar voren kwamen en welke aandachtspunten er nog zijn. Tevens worden er in relatie tot die delen van de communicatie die nog aandacht vergen, waar relevant concrete aanbevelingen voor aanpassing of alternatieven gedeeld.

## 4.1. Overkoepelende bevindingen uit de materiaalanalyse

De analyse van de materialen wijst er op dat er in sommige publiekscommunicatie-materialen al aandacht uitgaat naar **diversiteit en representatie** van Arnhemmers uit verschillende sociale groepen. In andere materialen lijkt dit nog minder of niet het geval te zijn. Ook valt op dat mensen uit bepaalde sociale groepen (bijvoorbeeld mensen met een beperking) voornamelijk gerepresenteerd worden bij onderwerpen waar zij vanwege hun achtergrond, kenmerken of behoeften specifiek mee te maken hebben, zoals bijvoorbeeld toegankelijkheid van stemhokjes. Tevens is gesignaleerd dat er maar in zeer beperkte mate aandacht is voor representatie van meerdere sociale identiteiten in één persoon en de betekenis die dat kan hebben in iemands leven (intersectionaliteit), zoals bijvoorbeeld iemand van kleur met een beperking.
De aanbeveling is dan ook om alle materiaal tegen het licht te houden van de dimensie diversiteit en representatie en consequent te bevragen of Arnhemmers met verschillende achtergrondkenmerken, eigenschappen en behoeften gerepresenteerd worden en wanneer dit gedaan wordt. Hierbij zou het goed zijn Arnhemmers te blijven bevragen of zij zichzelf vertegenwoordigd zien door de gemeente.

Ook laat de analyse van het materiaal zien dat de gemeente Arnhem soms al bewust bepaalde **woorden en termen** gebruikt waarmee alle Arnhemmers aangesproken worden. Bijvoorbeeld is gezien dat in veel communicatie de lezer op een genderneutrale vorm wordt aangesproken (met bijvoorbeeld "beste Arnhemmer" of "beste lezer"). Dit gebeurt echter nog niet consequent in alle communicatie die geanalyseerd is voor dit onderzoek. Ook wordt af en toe de

9 Gezien de gemeente Arnhem aangeeft dat in andere gemeentelijke programma's al de aandacht uitgaat naar het bevorderen van de toegankelijkheid van communicatie is bij de materiaalanalyse de dimensie toegankelijkheid op verzoek buiten beschouwing gelaten.

plank nog misgeslagen wanneer termen of verwoordingen gebruikt worden die op basis het huidige niveau van kennis niet juist zijn (zoals bijvoorbeeld "invaliden" en "vreemdelingen"). Daar waar het om woordgebruik gaat is het ook belangrijk communicatiemateriaal te analyseren op wanneer de lezer aangesproken wordt met "je" of met "u". Analyse wijst uit dat dat nog niet consequent gebeurt.

Tevens komt uit de analyse van de verschillende materialen naar voren dat wanneer naar (individuen uit) bepaalde sociale groepen verwezen wordt in tekst en beeld, het belangrijk is oog te blijven houden voor de dimensie **stereotypering**. Aan de hand van de analyse valt op dat er bij de meer persoonlijke verhalen eerder stereotypering naar voren komt. Het is daarom raadzaam om bij het kiezen van verhalen, acties en gebeurtenissen en samenstellen van berichten bewust aandacht te besteden aan de dimensie stereotypering. Het is dan belangrijk te kijken hoe een tekst en/of een beeld kan bijdragen aan contra-stereotypering. De volgende vragen kunnen daarbij helpen: Wie kan zich herkennen in het verhaal, voorbeeld of beeld dat gepresenteerd wordt? Wie wordt er aangesproken en met welk doel? Wordt er gekozen voor focus op een specifieke groep, zo ja waarom? Of waarom niet? Wie wordt bij welk onderwerp en in welke rol gerepresenteerd? En wat wordt daarbij wel (bijv. welke persoonlijke kenmerken, positie, titels), maar ook juist niet genoemd? Hoewel er in het geanalyseerde materiaal een aantal voorbeelden van contra-stereotypen gevonden zijn, sprak uit de analyse van een aantal stukken ook een deficit benadering ten opzichte van bepaalde sociale groepen en in een aantal materialen werd een norm of hiërarchie gevonden die bepaalde sociale groepen uitsluit of (impliciet) als 'minder' presenteert. Wil de gemeente inclusief communiceren naar alle Arnhemmers dan zou er bij het beschouwen van communicatiemateriaal nog meer aandacht uit moeten gaan naar het uitdragen van gelijkwaardigheid en presenteren van contra-stereotypen. Ook komt naar voren uit de analyse dat het belangrijk is om, naast de boodschap van een stuk communicatiemateriaal, ook de verschillende materialen die samen een informatiepakket of campagne vormen samen onder de loep te nemen. Soms spreekt er uit een stuk materiaal een bepaald beeld wat betreft inclusiviteit, maar komt dat in een ander daglicht te staan als dit stuk materiaal bekeken wordt tegelijk met ander materiaal. Een bepaald stereotype beeld wat bijvoorbeeld uit één poster kan spreken, kan 'opgeheven' of juist versterkt worden door een beeld uit een andere poster van dezelfde campagne (wat overigens niet wil zeggen dat stereotypering op de ene poster in dat geval dan gewenst is).

Tot slot komt uit de analyse van het materiaal naar voren dat de gemeente in het geanalyseerde materiaal weinig tot geen **expliciete aandacht** heeft **voor inclusie en anti-discriminatie**. Uitgezonderd van een enkel bericht (een bericht over toegankelijkheid van stemlocaties gericht op mensen met een beperking) en de pagina's die expliciet gaan over diversiteit en inclusiebeleid binnen de gemeente, is de visie en missie van de gemeenten met betrekking tot dit onderwerp nergens teruggevonden in de geanalyseerde materialen. Hoewel verschillende onderwerpen waarover berichten geanalyseerd zijn direct raken aan de thematiek (bijvoorbeeld het bericht in de Arnhemse Koerier waarin opgeroepen word voor *kleurrijke energie-ambassadeurs*) wordt nergens expliciet gerefereerd naar de visie en missie van de gemeente omtrent diversiteit en inclusie. De wervingscampagne rondom de energietransitie zou bijvoorbeeld een hele concrete aanleiding kunnen zijn om te verwijzen naar de visie en missie van de gemeente omtrent diversiteit, inclusie en het belang van het tegengaan van stereotypen (bijv. wit-energiebesparing). Het advies is dan ook de visie en missie van de gemeenten met betrekking tot diversiteit en inclusie in communicatie op een expliciete manier uit te dragen, door ook daar waar Arnhemmers bepaalde zaken kunnen regelen deze kort te benoemen. Zo zou de gemeente bijvoorbeeld op de sub pagina 'rijbewijs' bij het doorklikmenu 'medische keuring' expliciet aan kunnen geven waarom en op welke manier de gemeente er aan werkt om te zorgen voor zoveel mogelijk mobiliteit voor alle Arnhemmers. De gemeente zou naar pagina's kunnen verwijzen waar over bepaalde onderwerpen meer informatie te vinden is en door kunnen verwijzen naar pagina's waar suggesties, ideeën en klachten gedeeld kunnen

worden rondom diversiteit en inclusie die de gemeente kan gebruiken om de eigen dienstverlening wat dit betreft steeds te verbeteren.

## 4.2. Bevindingen rondom zeven specifieke categorieën communicatiemateriaal

In deze paragraaf delen we, voor de lezer die geïnteresseerd is in meer detail, in paragraaf 4.2.1 tot en met 4.2.7 de bevindingen rondom de zeven specifieke categorieën communicatiemateriaal: Veelgebruikte producten en diensten (4.2.1), Bewonerscommunicatie (4.2.2), Campagnes (4.2.3), Participatie (4.2.4), Nieuws (4.2.5), Sociale media (4.2.6) en diversiteit- en inclusiebeleid (4.2.7). In deze paragrafen wordt in de presentatie van de bevindingen ten eerste weergegeven *welk* van de vier dimensies van inclusieve communicatie bij de analyse van de specifieke categorie materiaal naar voren komen, namelijk diversiteit en representatie; woord- en terminologiegebruik; stereotypering en; expliciete aandacht voor inclusie en anti-discriminatie[10]. Vervolgens wordt in meer detail besproken hoe die dimensies naar voren komen, namelijk welke goede voorbeelden uit de analyse naar voren kwamen en welke aandachtspunten er op basis van de analyse geïdentificeerd zijn. Tevens worden er in relatie tot die delen van de communicatie die nog aandacht vergen, waar relevant concrete aanbevelingen voor aanpassing of alternatieven gedeeld.

### 4.2.1. Veel gebruikte gemeentelijke producten en diensten

In totaal hebben we 12 stuks communicatiemateriaal bekeken die vallen onder de overkoepelende categorie 'veel gebruikte gemeentelijke producten en diensten' (voor een overzicht van alle geanalyseerde materialen zie bijlage 2). De bevindingen worden besproken onder vier subcategorieën gebruikte gemeentelijke producten en diensten, namelijk: 'afspraak maken', 'legitimatie', 'verhuizing en adres' en 'werk en inkomen'.

#### 4.2.1.1. Afspraak maken

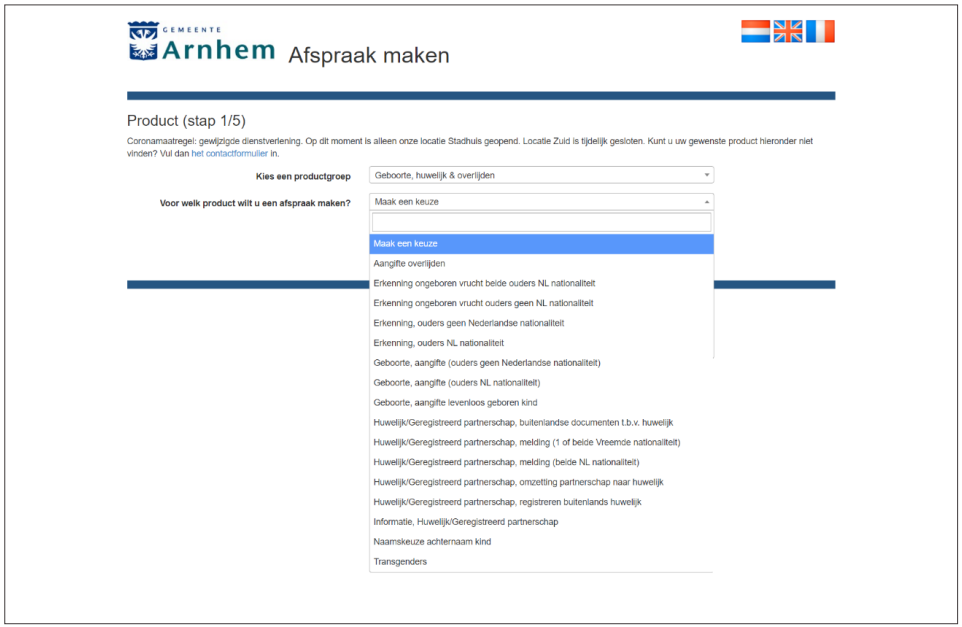
Uit de analyse van het communicatiemateriaal onder de categorie 'afspraak maken' komen twee dimensies van inclusieve communicatie naar voren: Diversiteit en representatie en woord- en terminologiegebruik.

*Diversiteit en representatie*

Het keuzemenu bij het maken van een afspraak voor geboorte, huwelijk of overlijden is ingedeeld in verschillende keuze-opties voor verschillende diensten (zie figuur 1). Hierbij staan diensten voor mensen met een Nederlandse nationaliteit ("Nationaliteit NL") vrijwel altijd boven de keuzes voor mensen zonder de Nederlandse nationaliteit ("Vreemde Nationaliteit"). Dit kan de verkeerde indruk wekken van hiërarchie tussen mensen met een Nederlandse nationaliteit boven mensen met een andere nationaliteit dan Nederlands. Verder, valt op dat in het keuzemenu elke menuoptie wordt gespecificeerd. Dit is bijvoorbeeld het geval bij de optie ("Naamkeuze achternaam kind"). Deze optie geeft duidelijk aan welke opties in diensten er zijn. Als echter naar de verschillende opties gekeken wordt valt op dat transgender mensen worden gereduceerd tot hun gender d.m.v. het kopje ("Transgenders"). Het is raadzaam om aan te geven welke dienst er specifiek wordt aangeboden voor transgender mensen. Als voorbeeld voor hoe dat gedaan kan worden is een screenshot van de dienstenpagina van gemeente Groningen ingevoegd (zie figuur 2).

10 Gezien de gemeente Arnhem aangeeft dat in andere gemeentelijke programma's al de aandacht uitgaat naar het bevorderen van de toegankelijkheid van communicatie is bij de materiaalanalyse de dimensie toegankelijkheid op verzoek buiten beschouwing gelaten.

**Figuur 1** *Pagina Afspraak maken van de gemeente Arnhem*




*Beschrijving figuur 1: Bij het uitrolmenu van deze pagina staat bij 'Voor welk product wilt u een afspraak maken?' bij het uitrolmenu helemaal onderaan "Transgenders".*

**Figuur 2** *Pagina Afspraak maken van de gemeente Groningen*




*Beschrijving figuur 2: Bij het uitrolmenu van deze pagina staat bij 'voor welk product wilt u een afspraak maken?' als optie aangegeven 'Geslacht aanpassen op akte (Transgender)'*

*Woord- en terminologiegebruik*

In het keuzemenu wordt de term transgenders als zelfstandig naamwoord gebruikt in plaats van als bijvoeglijk naamwoord (transgender mensen of transgender personen). Door het gebruik van deze term worden transgender mensen tot hun gender gereduceerd, wat op basis het huidige niveau van kennis niet juist is. Ook is de term *vreemde nationaliteit*, naast aspecifiek, niet inclusief omdat het alle nationaliteiten die niet Nederlands zijn als vreemd bestempelt. Inclusiever (en specifieker) zou hier zijn *"andere dan Nederlandse nationaliteit"*.

#### 4.2.1.2. Legitimatie

Uit analyse van het communicatiemateriaal onder de categorie legitimatie komen twee dimensies van inclusieve communicatie naar voren: Diversiteit en representatie en woord- en terminologiegebruik.

*Diversiteit en representatie*

Valt op dat op de sub pagina 'rijbewijs' specifiek aandacht is voor mensen met een beperking. Onder het uitrolmenu "medische keuring" wordt het hebben van een "medische beperking" als een van de situaties genoemd waarop iemand zich medisch moet laten keuren voordat het paspoort aangevraagd kan worden. Dit is dus een goed voorbeeld van representatie, in dit geval van mensen met een beperking.

*Woord- en terminologiegebruik*

Op de sub pagina rijbewijs wordt person first taal gebruikt (iemand die een medisch beperking heeft), wat inclusief is ten opzichte van mensen met een beperking. Valt wel op dat in de brief over verlengen van het paspoort, ondanks dat in de tekst genderneutraliteit gebruikt wordt (door gebruik van termen als ouder(s)/gezag houder(s)) wel een mannelijke of vrouwelijke aanhefvorm gebruikt wordt (heer, mevrouw). Het advies is om consequente genderneutraliteit in te voeren in alle adressering, ook voor persoonlijk-geadresseerde brieven. Aanhef die als alternatief gebruikt zou kunnen worden is bijvoorbeeld

'Beste Arnhemmer' en 'Beste [Voornaam] [Achternaam] voor persoonlijk-geadresseerde brieven'.
Op de sub pagina's vluchtelingenpaspoort en vreemdelingenpaspoort worden de zelfstandig naamwoorden vluchteling(en) en vreemdeling(en) gebruikt. Door in plaats hiervan de situatie van gevlucht zijn dan wel het in een ander land geboren zijn via een bijvoeglijk naamwoord te duiden kan recht gedaan worden aan een person first verwijzing (bijvoorbeeld mensen die gevlucht zijn, mensen die in een ander land geboren zijn dan Nederland).

*Expliciete aandacht voor inclusie en anti-discriminatie*
Tot slot werd nergens in dit materiaal verwijzing gevonden naar de visie en missie van de gemeenten met betrekking tot diversiteit en inclusie. Advies zou zijn deze op een expliciete manier uit te dragen, door ook daar waar Arnhemmers bepaalde zaken kunnen regelen deze kort te benoemen. Zo zou de gemeente bijvoorbeeld op de sub pagina rijbewijs bij het doorklikmenu medische keuring expliciet aan kunnen geven waarom en op welke manier de gemeente er aan werkt om te zorgen dat zoveel mogelijk Arnhemmers mobiel kunnen zijn en blijven.

#### 4.2.1.3. Verhuizing en adres
Uit de analyse van het communicatiemateriaal onder de categorie verhuizing en adres kwam de dimensie woord en terminologiegebruik van inclusieve communicatie naar voren.

*Woord- en terminologiegebruik*
Ook in dit materiaal wordt een mannelijke of vrouwelijke aanhefvorm gebruikt wordt (heer, mevrouw). Hier dan ook het advies om consequente gender-neutraliteit in te voeren in alle adressering. Aanhef die ook hier als alternatief gebruikt zou kunnen worden is bijvoorbeeld Beste Arnhemmer.

#### 4.2.1.4. Werk en Inkomen: communicatie met Arnhemmers met een uitkering
Uit de analyse van het communicatiemateriaal onder de categorie werk en inkomen: communicatie met Arnhemmers met een uitkering, namelijk de brief Diagnose eerste oproep kwam de dimensie woord- en terminologiegebruik naar voren.

*Woord- en terminologiegebruik*
Valt op dat in de brief Diagnose eerste oproep, net als bij de brief over verlengen van het paspoort, uitsluitend een mannelijke en vrouwelijke aanhef vorm gebruikt wordt (meneer, mevrouw). Ons advies is om consequente gender-neutraliteit in te voeren in alle adressering, ook voor persoonlijk-geadresseerde. Aanhef die als alternatief gebruikt zou kunnen worden is bijvoorbeeld 'Beste Arnhemmer'.

### 4.2.2. Bewonerscommunicatie
In totaal hebben we 13 stuks communicatiemateriaal bekeken die vallen onder de categorie 'bewonerscommunicatie' (voor een overzicht zie bijlage 2). Binnen deze categorie zijn materialen geanalyseerd die vallen onder de noemers 'Energietransitie', 'Teams leefomgeving', 'Wegwerkzaamheden' en 'Afval binnen de gemeente'.

#### 4.2.2.1. Energietransitie
Onder de noemer bewonerscommunicatie rondom energietransitie zijn vier door de gemeente aangedragen voorbeelden geanalyseerd die geëtaleerd worden als goede voorbeelden. Deze voorbeelden bestaan uit tekst en beeld (zie figuur 3 t/m 6). Uitkomsten van de analyse van tekst en beeld zal hieronder tezamen gedeeld worden. Uit de analyse van deze vier materialen kwamen de dimensies diversiteit en representatie en stereotypering naar voren.

**Figuur 3** *Pagina van Arnhem Aan. Voorbeeld Parkflat Zijpendaal*

Arnhem Aan
met nieuwe energie

Eigenaar Huurder Ondernemer Met buren a A

## Parkflat Zijpendaal



**'Er moest wat gebeuren, dat leefde bij iedereen'**

Ben je regelmatig in park Sonsbeek? Dan heb jij vast wel eens de terrasflat aan de overkant van de Zijpendaalsestraat gezien. Wat je waarschijnlijk niet zag, is dat deze flat flink geïsoleerd is. Martien Würdemann en Dick Tijsseling vertellen hoe dat is gegaan. De heren vormen samen met een andere bewoner de duurzaamheidscommissie van de flat. Dick was al begonnen met een eerste verkenning en als Martien ook in het gebouw gaat wonen, komt er echt vaart achter.

**Warmtecamera**

Via Arnhem Aan komen ze in contact met de aanjager voor VvE's. Samen met deze onafhankelijke deskundige lopen zij met een warmtecamera door het gebouw. Met de warmtecamera maak je infraroodbeelden van een gebouw of woning. Zo kan je zien waar je energie verliest.

De duurzaamheidscommissie kan met deze 'mooie plaatjes' andere bewoners makkelijk laten zien

**Figuur 4** *Pagina van Arnhem Aan. Voorbeeld Kiara Airosa*

Arnhem Aan
met nieuwe energie

Eigenaar Huurder Ondernemer Met buren a A

## Kiara Airosa



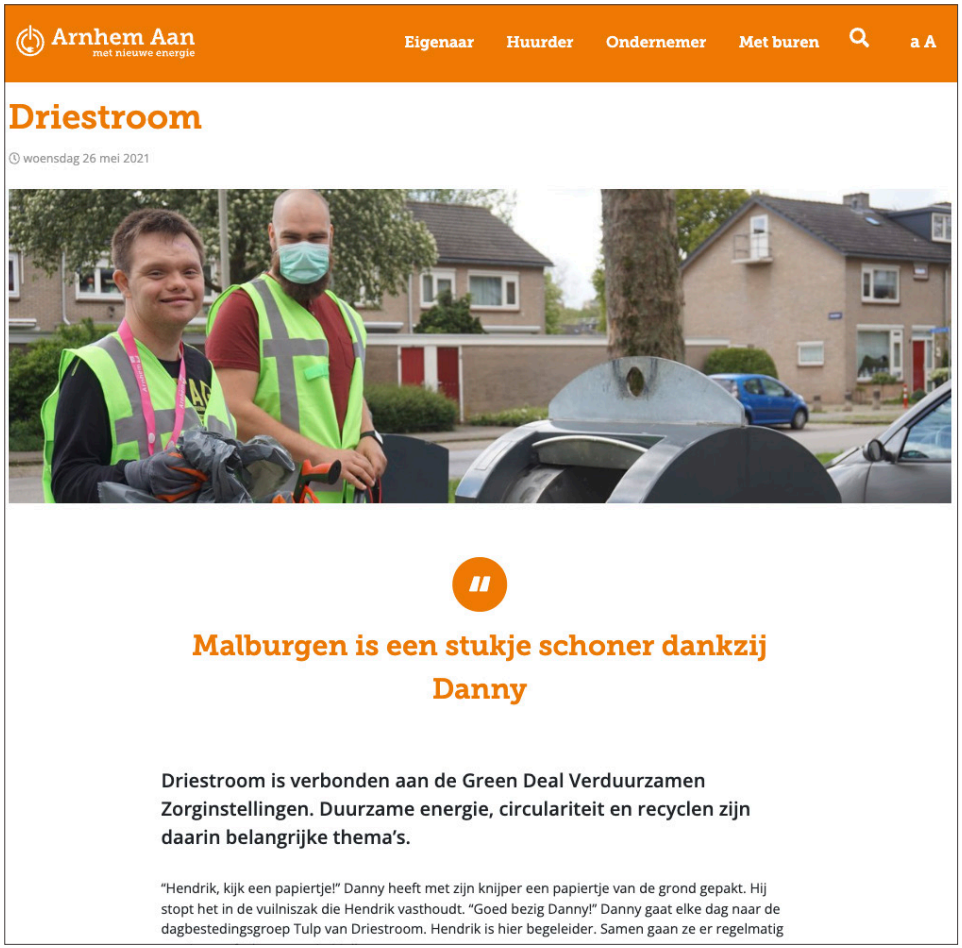

**Ik ging naar het Sociaal Wijkteam omdat ik iets wilde doen aan mijn hoge energierekeningen.**

**Kiara bespaart ook!**

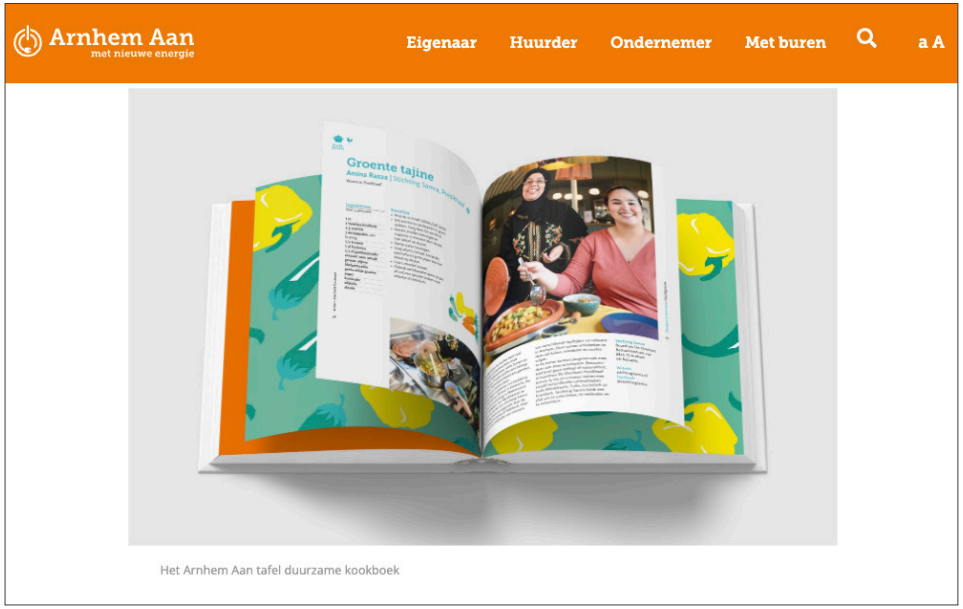
Sinds 4 maanden krijgt Kiara bezoek van Nurten. Nurten is Energiecoach bij de Energiebank.

"In vergelijking met mijn thuisland, werkt het energiesysteem hier heel anders. Waar ik vandaan kom, moet je energie bijkopen als het op is. Net zoals beltegoed. Toen ik hier kwam, wist ik niet hoe het hier werkte. Ik ging naar het Sociaal Wijkteam omdat ik iets wilde doen aan mijn hoge energierekeningen, want de kosten bleven oplopen."

**Figuur 5** *Pagina van Arnhem Aan. Voorbeeld Driestroom*




**Figuur 6** *Pagina van Arnhem aan tafel. Duurzaam kookboek*




*Diversiteit en representatie*

In de vier voorbeelden worden mensen uit verschillende sociale groepen gerepresenteerd. In het eerste *goede voorbeeld* (figuur 3) zien we twee witte mannen van senioren leeftijd in de hoofdrol. In het tweede *goede voorbeeld* (figuur 4) zien we een jonge vrouw van kleur in de hoofdrol. De tweede persoon die in dit voorbeeld te zien is en genoemd wordt in de tekst, maar een bijrol heeft, is een iets ouder uitziende vrouw van kleur. In het derde *goede voorbeeld* (figuur 5) zien we twee jonge witte mannen. De jongste persoon van de twee heeft een zichtbare verstandelijke beperking. Tot slot zijn in het vierde *goede voorbeeld* (figuur 6) twee vrouwen van kleur te zien. Één van deze vrouwen draagt een hoofddoek. In de verschillende *goede voorbeelden* is dus diversiteit in kleur, religieuze uiting, gender, en beperking te zien.

*Stereotypering*

Hoewel er in de geanalyseerde voorbeelden diversiteit in kleur, religieuze uiting, gender, en beperking te zien is, levert het naast elkaar leggen van de analyse van de door de gemeente gepresenteerde *goede voorbeelden* rondom energietransitie ook inzichten op over stereotypering in deze communicatie. Uit de analyse komt naar voren dat stereotypering hem vaak zit in bepaalde associaties die opgewekt of versterkt worden door de combinatie van teksten en beelden.

Zo kreeg door het analyseren van de verschillende voorbeelden het eerste *goede voorbeeld* waarbij op het beeld twee witte mannen te zien zijn die in de tekst voorgesteld worden als initiatiefrijk en in een leidende rol (zie figuur 3) nog meer betekenis in relatie tot het tweede voorbeeld waarin een vrouw van kleur ook als goed voorbeeld geportretteerd wordt, maar dan omdat ze hulp had gezocht om zelf binnen haar eigen huishouden bewuster met energie om te gaan (zie figuur 4). Door deze *goede voorbeelden* naast elkaar te leggen kwam stereotypering rondom gender zowel als migratieachtergrond naar voren: de witte mannen worden door de combinatie van tekst en beeld geportretteerd als deskundig, ervaren, ondernemend, initiatiefrijk en leidinggevend en werkend aan het collectieve doel van energiebesparing terwijl de vrouw van kleur door de combinatie van tekst en beeld geportretteerd word als hulpbehoevend, die anderen in huis nodig heeft om kleine acties uit te voeren die haar op eigen huishoudniveau helpen energiekosten te besparen. Terwijl uit de eerste pagina spreekt dat het *goede voorbeeld* het initiatief is dat deze mannen voor de VVE geïnitieerd en uitgevoerd hebben spreekt, spreekt uit de tweede pagina met name dat het een goed voorbeeld is dat deze persoon hulp gezocht heeft.

Deze analyse wijst er op dat het, naast zorgen voor diversiteit en representatie in communicatiemateriaal, belangrijk is dat communicatiematerialen of campagnes rondom een onderwerp ook in hun geheel bekeken worden. In sommige gevallen komt stereotypering dan pas aan het licht.

#### 4.2.2.2. Teams leefomgeving

Onder de noemer bewonerscommunicatie, Teams leefomgeving zijn vier door de gemeente aangedragen materialen geanalyseerd. Het betreft de pagina's Van wijken weten en Subsidie burgerkracht van de website, een informerende tekst over de Subsidie Burgerkracht voor de Arnhemse koerier en een informatieve tekst over koerswijzerarnhem.nl.

Uit de analyse van bovengenoemde materialen kwamen de dimensies diversiteit en representatie en stereotypering naar voren. Hieronder worden de voornaamste punten besproken.

*Diversiteit en representatie*

De pagina Van Wijken weten is informatief en beschrijft op een algemene manier wat de gemeente wil doen (namelijk zoeken naar aansluiting met mensen in de wijk). De animatievideo die op de pagina geplaatst is levendig, met veel diversiteit op het gebied van etnische achtergrond en gender van de animatiefiguren.

*Stereotypering*

In de animatievideo op de pagina Van Wijken weten is er sprake van contrastereotypering: Er worden verschillende schakels en rollen in de wijk benoemd (zoals burgers, organisaties en gemeentelijke ambtenaren). De animatiefiguren die getoond worden bij de verschillende rollen zijn erg divers. Er is een duidelijke intersectionele diversiteit te zien: de figuren representeren mensen van verschillende sociale groepen in verschillende rollen (met meer of minder status). Bijvoorbeeld: een Zwarte politieagente en een vrouw met een hoofddoek als ondernemer.

#### 4.2.2.3. Wegwerkzaamheden

Onder de noemer wegwerkzaamheden zijn twee door de gemeente aangedragen materialen geanalyseerd. Het betreft een huis aan huis brief waarin werkzaamheden aangekondigd worden (Huis aan huisbrief Spijkerstraat), een bedankkaart na afronding van werkzaamheden (Bedankkaart Busbaan Eldenseweg). Uit de analyse van de teksten en het beeld van bovengenoemde materialen kwamen de dimensies diversiteit en representatie, stereotypering en woord- en terminologiegebruik naar voren. Hieronder worden de voornaamste punten onder deze dimensies besproken.

*Diversiteit en representatie*

Op het beeld van de bedankkaart (zie figuur 7) is diversiteit in gender en in etniciteit te zien. Op de voorgrond staat een man. De etniciteit van deze persoon is onduidelijk. Deze persoon draagt een hesje en lijkt daardoor betrokken te zijn bij de werkzaamheden. Op de achtergrond zijn twee spelende kinderen, een witte jongen en een meisje van kleur.

*Stereotypering*

Op het beeld van de bedankkaart is het de man die gepresenteerd wordt als de wegwerker, wat als stereotype genderrol gezien zou kunnen worden.

*Woord- en terminologiegebruik*

In de bewonersbrief wordt gender neutrale aanhef gebruikt (beste bewoners).

**Figuur 7** *Bedankkaartje Busbaan Eldenseweg*



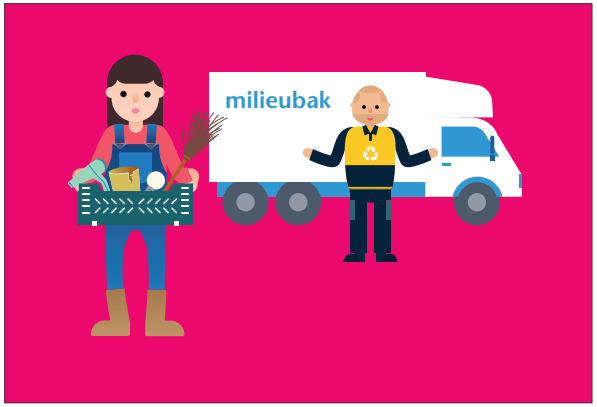
#### 4.2.2.4. Afval binnen de gemeente

Onder de noemer Afval binnen de gemeente zijn drie door de gemeente aangedragen materialen geanalyseerd. Het betreft een flyer Afvalstoffenheffing, een infowijzer Afval scheiden en een pagina van de website over Grofvuil.
Uit de analyse van de teksten en het beeld van bovengenoemde materialen kwamen de dimensies diversiteit en representatie en stereotypering naar voren. Hieronder worden de voornaamste punten onder deze dimensies besproken.

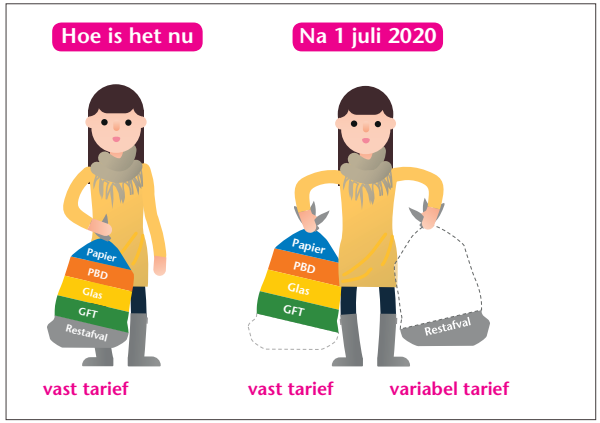
*Diversiteit en representatie*

De teksten van de drie materialen zijn informatief en gaan niet over personen of sociale groepen. Op de beelden op de folder en de infowijzer zijn personen te zien (zie figuur 8 en 9), op beide materialen één witte vrouw en op een van de materialen één witte man. In die zin is er enige diversiteit in gender te zien, maar niet in etniciteit gezien het uitsluitende witte mensen zijn.

**Figuur 8** *Plaatje uit gemeente folder Afval*




**Figuur 9** *Plaatje uit gemeente folder Afval*




*Stereotypering*

Hoewel de teksten over afvalstofheffingen en afval scheiden vrij droog informatief zijn (er wordt niet direct naar personen verwezen), valt op dat als de verschillende materialen naast elkaar gelegd worden er enige gender-stereotypering in het beeldmateriaal te zien is. Op het beeld van de Infowijzer afval scheiden is een witte vrouw afgebeeld die vuilniszakken in de handen heeft (zie figuur 9). Ook op de flyer Afvalstoffenheffing is een witte vrouw die afval in de handen heeft (zie figuur 8). Vrouwen worden vaker geassocieerd met huishoudelijke taken dan mannen. Op de flyer wordt het stereotype sterker benadrukt omdat de vrouw hier samen afgebeeld staat met een (vuilnis)man. Dit voorbeeld laat het belang zien van het ook in samenhang bekijken van verschillende materialen over een onderwerp. Een suggestie zou zijn om communicatiematerialen rondom een bepaald onderwerp te bekijken op representatie van personen uit verschillende sociale groepen, zoals in dit geval bijvoorbeeld van genders en gender rolverdeling.

### 4.2.3. Campagnes

In deze paragraaf bespreken we de bevindingen van de analyse van gemeentelijk campagnemateriaal. We hebben in totaal 35 stuks communicatiemateriaal bekeken die vallen onder vijf verschillende campagnes. Dat zijn de campagnes geldzaken en ondernemers, geldzorgen, verkiezingen 2022, laaggeletterdheid en anti-discriminatie (voor een overzicht zie bijlage 2). De bevindingen worden in deze paragraaf onder deze vijf noemers besproken.

#### 4.2.3.1. Campagne geldzaken en ondernemers

Van de campagne geldzaken en ondernemers zijn vier posters bekeken. Uit de analyse van de campagne geldzaken komen twee dimensies van inclusieve communicatie naar voren: Diversiteit en representatie en stereotypering.

*Diversiteit en representatie*

De vier posters presenteren allemaal één persoon: Twee mannen en twee vrouwen. Alle personen zijn wit. Op basis van de naam identificeren wij één persoon met een oost Europese achtergrond. Zichtbare diversiteit op andere vlakken ontbreekt.

**Figuur 10** *Campagne geldzaken en ondernemers, Daan Wilden*



**Figuur 11** *Campagne geldzaken en ondernemers, Lammert de Vries*




**Figuur 12** *Campagne geldzaken en ondernemers, Mirte Engelhard*



**Figuur 13** *Campagne geldzaken en ondernemers, Olivera Kosanovic*




*Stereotypering*

Wat betreft stereotypering zien we in het campagnemateriaal ten eerste duidelijk genderstereotypen terug in de beroepen die de personen uitvoeren. De mannen worden voorgesteld als *eigenaar van DW Montage & Installatie* (figuur 10), een fysiek/ technisch beroep, en *eigenaar van Hotel & Restaurant Groot Warnsborn* (figuur 11), een leidinggevende rol. De vrouwen worden voorgesteld als *modeontwerpster* (figuur 12) en *eigenaresse van VIP body clinic* (figuur 13). Naast dat mode en lichamelijke verzorging werkgebieden zijn die vaak met vrouwen geassocieerd worden en fysiek/ technische beroepen en leidinggeven meer met mannen, wordt niet aangegeven of de modeontwerpster ook eigenaresse van een bedrijf is.

Als we kijken naar het niveau van de individuele posters, bijvoorbeeld de poster *Mijn bedrijf, mijn toekomst*, zien we ook hoe de tekst en ook het beeld de associatie met kenmerken sterk en verantwoordelijk, die vaak als typisch mannelijk beschouwd worden, oproept. Dit komt naar voren in de tekst ("*Mijn bedrijf, mijn toekomst!*" en "*Je bent sterk als je bij geldproblemen om hulp vraagt*"). Het beeld van een man die vrolijk en zelfverzekerd recht in de camera kijkt versterkt dat. De poster *Het bedrijf is alles voor ons* roept ook associatie op met kenmerken die als typisch mannelijk beschouwd worden, namelijk verantwoordelijk en een voorbeeld zijn voor anderen. Ook hier spreekt dit weer uit zowel de tekst ("*Stap bij geldzorgen, net als ik, over de drempel en zoek hulp. Doe het gewoon!*") en het beeld (een beeld van een wat ouder en ervarener persoon in pak die een zekere autoriteit en zelfverzekerdheid uitstraalt).

Tegelijk wekt de poster *Mijn bedrijf is mijn trots* associatie op met kenmerken die vaak als typisch vrouwelijk geassocieerd worden zoals creatief en emotioneel. Ook hier spreekt dit uit zowel de tekst ("*Blij dat ik op tijd aan de bel trok over mijn geldzorgen. Dat gaf mij ademruimte*") en het beeld (een creatief, spontaan, wat informeel uitziend persoon).

Iets vergelijkbaars zien we terug op de poster *Mijn bedrijf hoort bij mij*. Ook op deze poster staan emoties centraal ("*Wil je geen slapeloze nachten? Zoek hulp bij financiële vragen en krijg weer rust!*").

#### 4.2.3.2. Campagne geldzorgen

Van de campagne geldzorgen zijn zes posters bekeken. Uit de analyse komen de dimensies diversiteit en representatie en woord- en terminologiegebruik naar voren.

*Diversiteit en representatie*

Op alle posters staat een close-up foto van een persoon afgebeeld. In totaal zijn er drie vrouwen en drie mannen gepresenteerd. Op één persoon na zijn al deze personen wit. Zichtbare diversiteit op andere vlakken ontbreekt.

*Woord- en terminologiegebruik*

Uit de analyse van deze campagne komt naar voren dat de personen die centraal staan op de posters verschillend worden geïntroduceerd. De posters hebben allemaal dezelfde hoofdtekst ("*Heb jij geldzorgen? Ik kan je helpen*"). Sommige van de personen die centraal staan worden met een titel en/of beroep gepresenteerd en andere niet. Zo wordt naar enkele personen in deze campagne gerefereerd met hun werktitel of specifieke rol (coördinator gemeente, kantonrechter), terwijl bij anderen wel een projectnaam genoemd wordt (studentzaken, buddy-project), maar niet wordt aangegeven wat de rol van deze persoon in deze is. Hierdoor blijft in het midden of deze personen een professionele/ formele rol vervullen of een meer informele rol, bijvoorbeeld als vrijwilliger. Op deze manier wordt er op indirecte wijze aan bepaalde personen meer status toegewezen dan aan anderen. Inclusiever zou zijn ofwel bij iedereen wel een formele rol te omschrijven, of bij iedereen alleen te beschrijven aan welke organisatie deze verbonden is.

#### 4.2.3.3. Campagne verkiezingen 2022

Van de campagne verkiezingen 2022 zijn 13 materialen bekeken. Uit de analyse van deze campagne komen drie dimensies van inclusieve communicatie naar voren: Diversiteit en representatie, woord- en terminologiegebruik en expliciete aandacht voor inclusie en anti-discriminatie.

*Diversiteit en representatie*

Gemeente Arnhem richt zich vaak in de campagne verkiezingen 2022 via berichtgeving rechtstreeks op mensen met een beperking. Er is sprake van representatie van deze sociale groep in woord en af en toe in beeld. Zo gebruikt de gemeente een foto om de middelen te laten zien die de toegankelijkheid van het stemmen voor mensen met een beperking bevorderen. Hoewel beeldmateriaal een manier is om te zorgen voor representatie, kan het problematisch zijn wanneer het beeld de doelgroep niet bereikt. Zo plaatste de gemeente onderstaande foto in de Arnhemse Koerier (zie figuur 14).

**Figuur 14** *Foto uit artikel Toegankelijkheid stembureaus en stemmen met de stemmal, Arnhemse koerier, 5 maart 2022*




Op de foto staat een persoon afgebeeld die een visuele beperking lijkt te hebben, aangezien die persoon ondersteuning gebruikt (de stemmal). Tegelijk wordt de foto niet vergezeld door een beschrijving waarmee mensen met een visuele

beperking het beeld ook kunnen waarnemen. Het beeldmateriaal bereikt dus de doelgroep niet.
Verder wordt er, als het om toegankelijkheid van de stembureaus gaat, in verschillende vormen van communicatie aangegeven dat mensen met een verstandelijke beperking wettelijk geen hulp mogen ontvangen in het stemhokje. Hoewel de gemeente Arnhem uiteraard geen invloed heeft op nationale wetgeving, is het raadzaam om dit inclusiever te communiceren door aan te geven *waarom* de gemeente Arnhem deze hulp niet kan aanbieden en welke andere voorzieningen er wel zijn voor mensen met een verstandelijke beperking. Een voorbeeld kan genomen worden aan hoe de gemeente dit doet in de *Bewonersbrief toegankelijkheid bij stemmen*, waar staat: "*Heeft u een verstandelijke beperking dan is hulp in het stemhokje niet toegestaan. Een lid van het stembureau kan u in het stembureau wel uitleggen hoe stemmen werkt.*"

*Woord- en terminologiegebruik*
Gemeente Arnhem richt zich vaak in de campagne verkiezingen 2022 via berichtgeving rechtstreeks op mensen met een beperking en licht vaak toe over welke beperking de gemeente het heeft. Zo maakt de gemeente onderscheid tussen voorzieningen voor mensen met een visuele beperking, auditieve beperking, lichamelijke beperking of verstandelijke beperking. Mensen met verschillende beperkingen worden op deze wijze inclusief aangesproken met een erkenning voor de verschillen tussen mensen met een beperking.
Lichamelijke en zintuiglijke beperkingen worden wel vaak op eufemistische wijze geformuleerd in de bewonerscommunicatie van Gemeente Arnhem. *Zo gebruikt de gemeente formuleringen zoals moeite met lezen, moeilijk ter been en niet kunnen zien* waarbij beperkingen geplaatst worden in de context van een tekort. Verder worden soms verouderde, problematische termen gebruikt, zoals bijvoorbeeld mindervaliden en niet-genderneutrale terminologie, zoals zijn of haar. Op basis van het huidige niveau van kennis is het inclusiever verwijzingen als mensen met een visuele beperking en mensen met een mobiliteitsbeperking, en genderneutrale termen te gebruiken.

*Expliciete aandacht voor inclusie en anti-discriminatie*
Uit de materialenanalyse komt naar voren dat de gemeente Arnhem voor de verkiezingen 2022 toegankelijke middelen aanbiedt voor mensen met een lichamelijke of verstandelijke beperking. Dit wordt in de meeste communicatiematerialen ook expliciet aangegeven. Zo geeft de gemeente vaak expliciete aandacht aan de toegankelijkheid van verschillende stembureaus. Hierbij geeft de gemeente onder andere aan waar stembiljetten met grootletterdruk en braille beschikbaar zijn en waar gestemd kan worden met een stemmal (technisch mechanisme waarmee bewoners audio-ondersteuning krijgen bij het stemmen). Wel is toegankelijkheid voor mensen met een beperking vrijwel altijd het allerlaatste item in bewonersbrieven en erg kort geformuleerd in contexten waar het niet specifiek is gericht naar mensen met een beperking. Ook worden niet alle voorzieningen consequent benoemd. Advies zou zijn dit onderwerp altijd een plek te geven en uitgebreider en ook meer vooraan in de communicatie een plek te geven. Tot slot wordt in de B*ewonersbrief toegankelijkheid bij stemmen* informatie over stemmen in begrijpelijke taal aangeboden (dit is inclusief naar bijvoorbeeld dove en slechthorende mensen), maar wordt verder nergens in het materiaal gelinkt naar dit stuk communicatie.

#### 4.2.3.4. Campagne richting mensen die laaggeletterd zijn
Een pagina van de Arnhemse Koerier is gewijd aan de publiekscampagne rondom laaggeletterdheid. De pagina bevat meerdere korte teksten in de vorm van een opsomming van weetjes, praktische informatie, een persoonlijk portret en meerdere foto's. Uit analyse van het materiaal, komen twee dimensies van inclusieve communicatie naar voren, namelijk diversiteit en representatie en stereotypering.

*Diversiteit en representatie*
Op de verschillende foto's van deze pagina zijn mannen en vrouwen van verschillende etnische herkomsten gepresenteerd. Deze personen worden in verschillende rollen afgebeeld (bijv. cursus deelnemer en docent). Verschillende

seksuele oriëntaties worden niet gerepresenteerd, noch komen mensen met een zichtbare beperking in beeld.

*Stereotypering*

Één tekst valt op als het om de dimensie stereotypering gaat: de tekst *Tijd om te oogsten* waarin een persoonlijk portret geschetst wordt van een witte vrouw (zie figuur 15). Uit de tekst blijkt dat deze persoon een fysieke beperking heeft en laaggeletterd is. In deze tekst wordt een deficit benadering geïdentificeerd daar waar het gaat om het hebben van een fysieke beperking en laaggeletterd zijn. Ten eerste valt op dat de tekst óver deze persoon gaat. Ondanks dat er citaten van de vrouw opgenomen zijn, vertelt ze haar verhaal niet zelf, wat het beeld versterkt dat deze persoon 'hulp nodig heeft'. Ook blijkt aan het begin van de tekst dat deze persoon niet zelf, maar iemand anders ontdekt heeft dat zij moeite heeft met schrijven ("De docent had door dat ze de kennis wel had, maar het niet goed kon opschrijven"). Hiernaast valt op dat er soms verkleinwoordjes gebruikt worden wanneer er naar deze persoon gerefereerd wordt ("Patricia is niet op haar mondje gevallen"), wat de deficit benadering versterkt. Hiernaast spreekt uit deze tekst de boodschap dat laaggeletterd zijn en geletterd worden afhankelijk is van het initiatief en het doorzetten van een persoon zelf, wat ook aansluit bij een deficit benadering. Deze benadering spreekt uit het feit dat er geen omstandigheden of structurele factoren genoemd worden die maken dat sommige mensen laaggeletterd zijn in combinatie met het feit dat de nadruk gelegd wordt op het eigen initiatief van het individu ("schaam je niet, vraag hulp", "een vriendin van mij vraagt nooit iets maar zij komt ook niet verder") en het belang van doorzetten ("ik ben een doorzetter"). Ook in de tekst die op dit portret volgt wordt dat beeld versterkt ("Als je leert lezen en schrijven moet je ook moeite doen").

**Figuur 15** *Artikel Tijd om te oogsten, week van lezen en schrijven 2021, publiekscampagne laaggeletterdheid, Arnhemse Koerier*

## TIJD OM TE OOGSTEN



**Zoveel mensen die moeite hebben met lezen en schrijven. Hoe komt zoiets nou? En hoe gaan mensen daarmee om? Patricia vertelt haar verhaal.**

**Even voorstellen**

Patricia (35 jaar) is opgegroeid in Veenendaal. Sinds een paar jaar woont ze in de regio Arnhem, samen met haar dochtertje. Ze is hier gaan wonen om dichter bij haar vader te zijn.

Patricia heeft het kappersdiploma gehaald. Het examen mocht ze mondeling doen. De docent had door dat ze de kennis wel had maar het niet goed kon opschrijven. Twee jaar werkte Patricia als kapster. Toen moest ze stoppen door lichamelijke klachten.

**Taalles**

Patricia volgt 1 x per week Nederlandse les. In een klein groepje bij ROC RijnIJssel. Kleine stukjes tekst lezen kan ze wel, maar grote stukken begrijpt ze vaak verkeerd. Stress verergert dat, zo vertelt ze: "Soms als ik al die letters zie, lijkt het of ze allemaal gaan dansen! Dan neem ik niks meer op van wat er in een brief staat."

Nu ze al een tijdje de taallessen volgt, gaat het langzaam beter. "Ik merk dat ik een hoop leer en ik krijg steeds langere teksten om te lezen. Soms neem ik een lastige brief mee naar de les en die krijgen we dan als lesstof."

**Schaam je niet, vraag hulp**

Patricia is niet op haar mondje gevallen: "Ik vraag hulp aan de mensen om me heen. Als een dokter een moeilijk woord gebruikt dan vraag ik of hij het nog eens op een andere manier wil uitleggen. En ik ben een doorzetter, ik ga door tot het is gelukt. Een vriendin van mij vraagt nooit iets maar zij komt ook niet verder." Patricia is heel duidelijk: "Mensen moeten zich niet schamen!"

Een andere tip van Patricia luidt: "Je kunt ook het wijkteam bellen. Daar heb je best veel aan. Ik heb nu een soort van vertrouwenspersoon. Die heeft me de weg gewezen naar Nederlandse les. En ik kan langskomen met brieven die ik niet begrijp. Ze ondernemen direct actie, maar je moet jezelf wel openstellen."

**Gezond bezig!**

Patricia kookt graag en gebruikt hiervoor de app Kookmutsjes. Daarin worden recepten in kleine stapjes en met plaatjes uitgelegd. "Gezond eten is duur. Friet is goedkoper dan fruit!" zegt Patricia. Daarom heeft ze een moestuin aangelegd. Van 8 x 1 meter, in vakken. Zo kan ze elke keer een vakje bewerken, dan is het toch te doen met haar lichamelijke problemen. Prei, tomaten, komkommer, aardappels, wortels, bramen, aardbeien en nog veel meer. En ze heeft kippen: elke dag 2 verse eitjes. Patricia redt zich wel. Het is haar tijd om te oogsten!

#### 4.2.3.5. Campagne Arnhem durft

Van de anti-discriminatie campagne *Arnhem Durft* zijn 11 materialen bekeken. Uit de analyse van deze campagne komen drie dimensies van inclusieve communicatie naar voren, namelijk diversiteit en representatie, woord- en terminologiegebruik en expliciete aandacht voor inclusie en anti-discriminatie.

Diversiteit en representatie

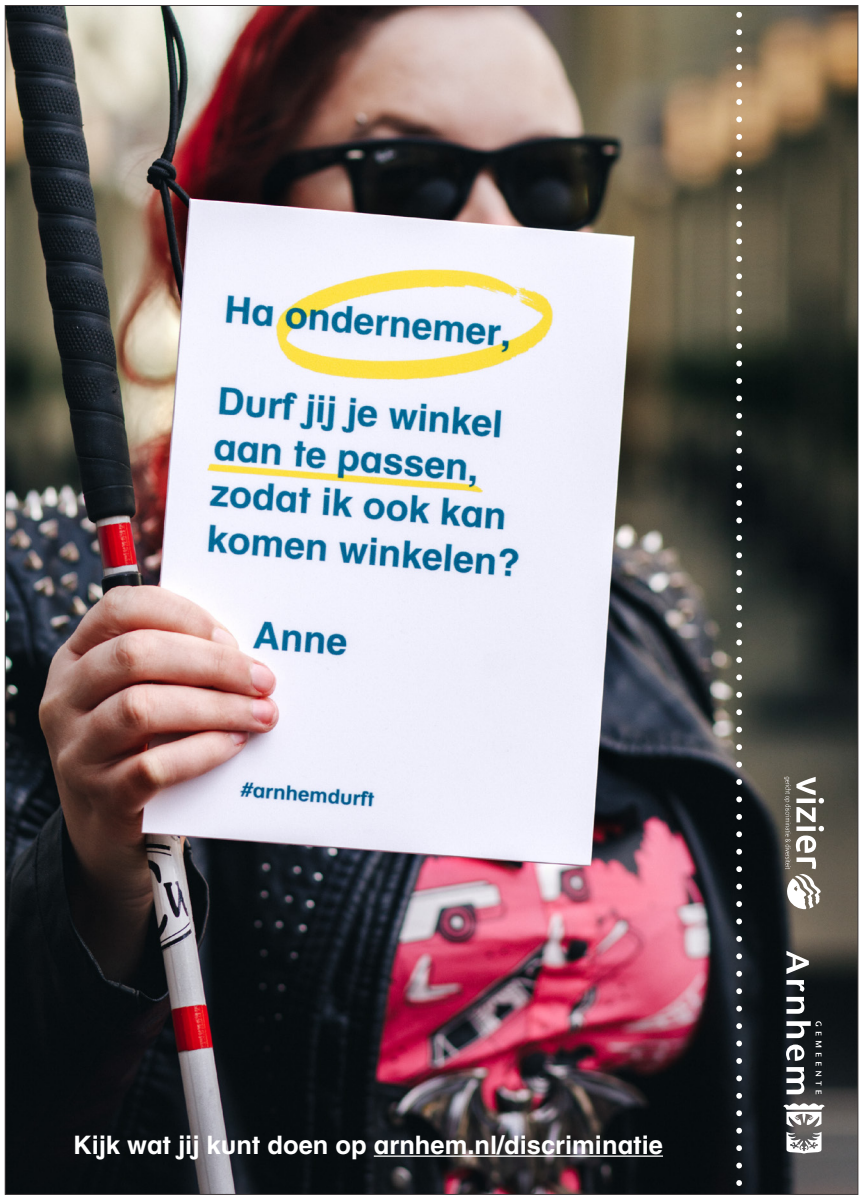
De Campagne *Arnhem Durft* bestaat uit 10 posters en 1 flyer waarbij inwoners van Arnhem borden omhooghouden die discriminatie (op werk, school, straat en sociale media) bekritiseert. De meeste posters in de campagne representeren mensen met een migratieachtergrond (4) ofwel mensen met een beperking (2) ofwel mensen uit de LHBTQI+-gemeenschap (2). Hierbij houden verschillende Arnhemmers borden omhoog met een boodschap (zoals bijvoorbeeld op poster 1 "*Beste cliënt, durf jij mijn kwaliteiten de zien als advocaat met hoofddoek? Nadia*", zie figuur 16). Terwijl de specifieke deelidentiteiten van deze personen wel herkenbaar zijn, ligt de focus in de foto op de tekst op het bord. De personen die het bord omhoog houden zijn daarachter wazig afgebeeld. Het beeld bekrachtigt de boodschap: het geeft de oproep tegen discriminatie een gezicht. De tekst op de borden is altijd voorzien van een naam, mogelijk de echte namen van de personen die zijn afgebeeld. Sommige posters/personen zijn intersectioneel divers en representatief. Bijvoorbeeld de eerste poster (zie figuur 16) kaart arbeidsdiscriminatie aan en belicht daarmee de positie van vrouwen met een migratieachtergrond (die een hoofddoek dragen) door dat expliciet in beeld en tekst terug te laten komen ("*advocaat met een hoofddoek*"). Poster 10 (zie figuur 17) kaart toegankelijkheid in winkels voor blinde en slechtziende personen aan aan de hand van de tekst "*ha ondernemer, durf jij je winkel aan te passen, zodat ik ook kan komen winkelen? Anne*" en het beeld van een vrouw met een taststok. Weer een andere poster, poster 9 (zie fig 18) bekritiseert homofobie op voetbalclubs met de tekst "*Hey voetballer, durf jij voor mij op te komen als ik wordt uitgescholden als ik mijn vriend zoen na de wedstrijd? Vince*" waarbij een jongen van kleur afgebeeld is. In die laatste poster representeert de gemeente mensen met een migratieachtergrond dus ook wanneer het niet gaat over racisme maar andere vormen van uitsluiting of discriminatie.

De meeste van de geanalyseerde posters die niet gaan over onderwerpen die expliciet vallen onder racisme (grensoverschrijdend gedrag bijvoorbeeld) tonen een wit persoon. Ook mensen met een beperking worden alleen afgebeeld als het specifiek gaat over toegankelijkheid of validisme en mensen uit de LHBTQI+ gemeenschap worden alleen afgebeeld als het gaat over homofobie of transfobie. Door mensen uit deze sociale groepen te plaatsen in contexten die niet expliciet gaan over het hebben van een migratieachtergrond of beperking of onderdeel zijn van de LHBTQI+ gemeenschap, kan de gemeente Arnhem beter recht doen aan intersectionaliteit en de verschillende deel-identiteiten en vormen van discriminatie die inwoners ervaren. Een poster over pesten op school die een trans persoon met een migratieachtergrond afbeeldt, kan bijvoorbeeld benadrukken dat etnische uitsluiting, discriminatie op basis van genderidentiteit versterkt.

**Figuur 16** *Poster Nadia Campagne Arnhem durft*




**Figuur 17** *Poster Anne Campagne Arnhem durft*



**Figuur 18** *Poster Vince Campagne Arnhem durft*




**Figuur 19** *Poster Nguyen Campagne Arnhem durft*



*Woord- en terminologiegebruik*

Valt op aan deze campagne dat de aanhef bij deze posters altijd genderneutraal is ("Beste cliënt", "Hé feestganger", "Hi Instagrammer", "Lieve familie" etc.). Hierdoor worden op een inclusieve manier alle Arnhemmers, ongeacht gender, gevraagd om op te komen tegen discriminatie, ongelijke behandeling of ongewenst gedrag.

*Expliciete aandacht voor inclusie en anti-discriminatie*

De campagne spreekt omstanders van discriminatie direct aan door hen te bevragen: Durven jullie in te grijpen bij discriminatie? De campagne verwijst hen naar de volgende webpagina www.arnhem.nl/discriminatie waar personen een melding kunnen maken. Hier kunnen ook de posters gedownload worden. Hier geeft de gemeente ook wat algemene informatie van wat discriminatie is en hoe het eruit ziet. Er is ook een video geplaatst op de webpagina waar Arnhemmers die discriminatie hebben meegemaakt (in één geval was het de partner van iemand die racisme ervaart) kort iets hierover zeggen. Hoewel de campagne-posters volledig gericht zijn op mensen die zelf geen discriminatie ervaren op het gebied van een specifieke deelidentiteit, gebruikt de gemeente persoonlijke narratieven en ervaringen van gemarginaliseerde mensen om te bekrachtigen waarom mensen zich moeten uitspreken tegen uitsluiting van anderen. De campagne is bedoeld om inwoners te confronteren met wat gemarginaliseerde mensen meemaken in het dagelijks leven. Hierbij geeft de campagne aandacht aan de drie sociale groepen waar dit onderzoek op focust: Mensen met een migratieachtergrond *(Poster 1: Arbeidsdiscriminatie vanwege een hoofddoek; Poster 6: Discriminatie van mensen met een migratieachtergrond bij solliciteren op naam; Poster 8: Anti-Zwart racisme)*, Mensen uit de LHBTQI+ gemeenschap *(Poster 4: Geen acceptatie van transgender identiteit binnen de familie; Poster 9: Homofobie op voetbalclubs)* en mensen met een lichamelijke of verstandelijke beperking *(Poster 5: Pesten op school bij kinderen met autisme; Poster 10: Toegankelijkheid in winkels voor mensen die blind of slechtziend zijn).* De campagne legt de focus op de discriminatie die mensen ervaren, wat positief is. Tegelijk worden hiermee mensen die discriminatie ervaren niet altijd direct aangesproken, expliciet geïncludeerd en gerepresenteerd. Dit is bijvoorbeeld het geval wanneer posters eufemistische boodschappen hebben. In poster 7 (zie figuur 19) wordt (vermoedelijke) raciale discriminatie geformuleerd als een belediging om diens uiterlijk: *"Hallo Arnhemmer, Durf jij voor mij op te komen als iemand mij beledigt om mijn uiterlijk? Nguyen"*. Door het beeld van een persoon met een migratieachtergrond in combinatie met de naam van deze persoon en de tekst (beledigen vanwege uiterlijk) lijkt het dat het in dit geval om een ervaring met racistische bejegening van een persoon met een migratieachtergrond gaat. Dit wordt echter niet expliciet zo benoemd. Omdat het een poster is die gericht is op iemand die vermoedelijk zelf geen racisme ervaart, lijkt het alsof racisme daarom zachtaardiger is geformuleerd dan het in werkelijkheid is. Tot slot, de flyer die onderdeel is van de campagne bevat de poëzie van Mahat Arab wat zowel raakt aan de dimensie expliciete aandacht voor inclusie en anti-discriminatie als diversiteit en representatie. Zijn spoken word-tekst bevat specifieke verwijzingen naar anti-Zwart racisme en bespreekt ook diepgeworteld structureel racisme die alle mensen van kleur raakt (uitsluiting, marginalisatie op de arbeidsmarkt en in educatie, lager sociaal kapitaal). De tekst dient als aansluiting bij de posters en bekrachtigt vooral de posters die de discriminatie van mensen met een migratieachtergrond aankaarten.

### 4.2.4. Participatie

In het kader van het participatie zijn totaal 11 stuks communicatiemateriaal bekeken uit het participatietraject rondom de Omgevingsvisie 2040 (voor een overzicht zie bijlage 2).

Het materiaal is voornamelijk informatief en bestaat uit een uitleg wat de omgevingsvisie is en toelichting op de manieren waarop inwoners hun inbreng kunnen geven. Omgevingsvisie Arnhem is een project over de toekomstige ruimte van Arnhem. De vraag die centraal staat in het project is *"Hoe moet Arnhem er in 2040 uitzien?"*. Binnen het project is speciale aandacht voor duurzaamheid, bereikbaarheid en wat woningzoekenden en de jeugd willen in Arnhem. Voor vormgeving van de omgevingsvisie heeft gemeente Arnhem verschillende perspectieven betrokken via een online enquête. Arnhemse

jongeren mochten in het kader van een scholenproject meedenken over hoe Arnhem als ruimte ingericht moet worden (Omgevingsvisie Arnhem).
Uit de analyse van dit materiaal kwam geen van de dimensies van inclusieve communicatie naar voren. Wel komt uit de analyse naar voren dat de Gemeente Arnhem het wel "opvallend" vindt dat er ook aan sociale thema's zoals inclusie wordt gedacht. In het document *Samen met de Stad* lezen we: "*Opvallend is dat niet alleen oplossingen zijn bedacht voor de fysieke maatregelen (zonnepalen en dergelijke) maar dat ook de combinatie met sociale thema's (gezondheid, ontmoeten, inclusie) werd gelegd.*".
Uit deze tekst spreekt dat de Gemeente Arnhem zelf niet aan inclusie-thematiek heeft gedacht en zich wellicht niet realiseert hoe inclusie in allerlei fases van stedelijke/ruimtelijke ontwikkeling een rol moet spelen.

### 4.2.5. Nieuws

In totaal zijn 3 edities van de gemeentepagina van de Arnhemse Koerier, een wekelijkse, gratis, huis-aan-huiskrant, bekeken (voor een overzicht zie bijlage 2). Uit de analyse van deze materialen komen vier dimensies van inclusieve communicatie naar voren, namelijk diversiteit en representatie, woord- en terminologiegebruik, stereotypering en expliciete aandacht voor inclusie en anti-discriminatie.

#### *Diversiteit en representatie*

In de drie uitgaven van de Arnhemse Koerier valt op dat het allemaal informatieve berichten zijn. Soms wordt de informatie aan de hand van een persoonlijk verhaal gedeeld, soms wordt een bepaalde gebeurtenis of gerealiseerde actie beschreven, soms is het een opsomming van informatie, of gewoon een droge feitelijke beschrijving. De meeste teksten zijn gericht op alle Arnhemmers (soms van een bepaalde wijk,, en gaan niet over of zij niet gericht op specifieke groepen of individuen. Echter, door (indirect) over of aan alle bewoners (van een wijk) te schrijven spreken de berichten vaak wel alle bewoners aan. Diversiteit en representatie van specifieke sociale groepen komt zelden expliciet aan bod. Er zijn echter een paar berichten die wel in de tekst en/ of het beeld specifiek een bepaalde sociale groep of groepen representeren en/of aanspreken. Sommige teksten doen dat direct, terwijl andere teksten dat meer indirect doen, soms door toevoeging van een beeld.
Een voorbeeld van een bericht waarin expliciet een bepaalde sociale groep aangesproken wordt is het bericht met de titel Kleurrijke energieambassadeurs gezocht! in de editie van 13 maart 2021. De tekst gaat over het werven van ambassadeurs voor de energietransitie in de gemeente. In de tekst wordt verder niet expliciet teruggekomen op kleur, diversiteit of inclusie. Wordt ook niet toegelicht aan wie de oproep precies gericht is en waarom. In de tekst wordt alleen op diversiteit teruggekomen wanneer gesteld wordt *"het spreken van andere talen is een pré."* Op de foto die de tekst vergezelt zijn drie personen te zien, twee vrouwen, waarvan één persoon wit en één persoon met een migratieachtergrond, en één man met migratieachtergrond. Qua diversiteit en representatie is de foto interessant, omdat deze zowel met betrekking tot de sociale groep etniciteit als de sociale groep gender een contra-stereotype beeld lijkt te tonen.
Een ander bericht waarin expliciet een bepaalde sociale groep aangesproken wordt is een informatief bericht over het mobiele stembureau, ook in de editie van 13 maart 2021. Hoewel in de niet inclusieve termen *mindervaliden* wordt qua diversiteit/ representatie verwezen naar sociale groep mensen met een fysieke beperking. In hetzelfde bericht wordt ook meer impliciet een andere sociale groep gerepresenteerd. De representatie komt hier niet zozeer terug de tekst van het bericht, maar in het plaatje: een tekening waarop een man van kleur te zien is die, met mondkapje op en stembiljet in de hand, voor de mobiele stembus staat.
Valt op dat mensen met een beperking weinig en daarnaast ook alleen gerepresenteerd worden in beeld als het onderwerp personen met een beperking uitsluitend aangaat (zoals bijv. bij het bericht over de toegankelijkheid van stembureaus).

*Stereotypering*

Er zijn enkele items in deze edities van de Arnhemse Koerier die stereotypering rondom migratieachtergrond en/of gender versterken. Zo zijn er een aantal berichten die gaan over energiebesparing en milieu waarbij op het beeld dat deze berichten vergezelt witte personen worden weergegeven (zie bijv. de berichten *Bewoners Hoogkamp denken mee over toekomstige warmtevoorziening en Past klein grofvuil niet in de ondergrondse container?*, editie 30 oktober). Deze beelden versterken het stereotype idee dat vooral witte Nederlanders zich inzetten voor energiebesparing en transitie.

Stereotypering qua gender zagen we terug in de associatie tussen vrouwen en zorg in het artikel *Mede dankzij Mantelzorg kan mijn moeder thuis blijven wonen* (editie 30 oktober 2021) waarin een portret geschetst wordt van een witte vrouw die mantelzorg biedt aan haar moeder. En stereotypering wat betreft gender en etnische achtergrond zagen we terug in het artikel *Het Nationaal Jaar Vrijwillige Inzet* (editie 12 Juni 2021) waarin een witte vrouw geportretteerd wordt die vrijwilligers werk doet.

Een enkel bericht in de gemeentepagina's die geanalyseerd zijn presenteert een contra-stereotype. Dit gebeurt dan echter niet expliciet in de tekst, maar meer op indirecte wijze via het beeld. Zo lijkt de foto bij het bericht Kleurrijke energieambassadeurs gezocht! (zie figuur 20) stereotypen rondom gender en migratieachtergrond te doorbreken. Op de foto zien we een man op de achtergrond. De foto wekt de indruk dat deze persoon kookt voor de twee vrouwen. Dit gaat in tegen het stereotype idee van vrouwen die koken/ zorgen voor mannen en tegen het feit dat mannen vaak in beelden meer centraal of in een rol op de voorgrond staan. Contra-stereotype zit hem ook in het feit dat van de twee vrouwen, de vrouw met migratieachtergrond een meer centrale en meer actieve rol lijkt te hebben. Ze lijkt geanimeerd te praten tegen de witte vrouw die naar haar lijkt te luisteren. Het beeld roept het idee op dat de vrouw met migratieachtergrond een van de *kleurrijke ambassadeurs* is. Er is geen onderschrift bij de foto, dus of dat ook zo is blijft onduidelijk. Dit kan gezien worden als een gemiste kans. Door een bijschrijft bij de foto toe te voegen had de boodschap en het doel van het bericht verduidelijkt kunnen worden.

**Figuur 20** *Artikel Kleurrijke energieambassadeurs gezocht, Arnhemse Koerier 13 maart 2021*

# Kleurrijke Energie-ambassadeurs gezocht!



**We moeten van fossiele brandstoffen overgaan naar duurzame energie. En dit doen we graag samen met Arnhemmers. Bureau Wijland, Netwerk Kleurrijk Groen Arnhem, Klimaatverbond Nederland, Energiebank regio Arnhem en de Gemeente Arnhem slaan de handen ineen voor meer energiebesparing en minder $CO_2$ uitstoot. Het idee van 'Kleurrijke Energieambassadeurs' is hieruit ontstaan. Word jij ook energieambassadeur?**

**WAT DOET EEN 'KLEURRIJKE ENERGIEAMBASSADEUR'?**
Als energieambassadeur volg je een cursus en krijg je inzicht in de verschillende aspecten van energieverbruik. Je informeert mensen in jouw buurt over het belang van bewust omgaan met energie. Zo help je anderen om op een praktische manier geld en energie te besparen en bij te dragen aan een beter milieu. Verder geef je adviezen aan bijvoorbeeld de gemeente, woningcorporaties en bewonersorganisaties. Je leert daarbij van verschillende Arnhemmers en zij leren van jou!

**GEEN KOSTEN**
Je hoeft geen bepaalde opleiding of werkervaring te hebben. Wij vragen een basisvaardigheid Nederlands, het spreken van andere talen is een pré. Aan de cursus zijn geen kosten verbonden. Wij verwachten dat we begin mei kunnen starten met de cursus. Mocht je interesse hebben in de cursus of meer informatie willen kijk dan op www.arnhemaan.nl of neem contact op met Yara Bon via y.bon@bureauwijland.nl.

Ook het plaatje bij het bericht "In de problemen door de toeslagenaffaire?" uit de editie van 13 maart 2021 (zie figuur 21) kan als contra-stereotype gezien worden als het gaat om gender. Op het plaatje (een tekening) zijn twee witte personen met blauwe ogen te zien. Één man met op de arm een klein meisje. De contra-stereotype zit hem er in dat het meestal vrouwen zijn die met zorg en kinderen geassocieerd worden. Tegelijk valt op dat de twee personen op deze tekening wit zijn. Gezien het thema waar het bericht over gaat (toeslagenaffaire) valt die keuze op. Het is bekend dat het in het merendeel personen met een migratieachtergrond zijn die benadeeld zijn door deze affaire.

**Figuur 21** *Informatie toeslagenaffaire, Arnhemse Koerier 13 maart 2021*




*Woord- en terminologiegebruik*

Een enkele keer wordt er een problematische term gebruikt (*mindervaliden* in het artikel *Kom ook naar het mobiele stembureau*, editie 13 maart 2021).

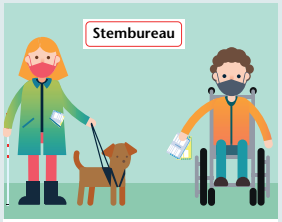
*Expliciete aandacht voor inclusie en anti-discriminatie*

Er is weinig expliciete aandacht voor inclusie en anti-discriminatie op de gemeente pagina van de Arnhemse Koerier. Soms, zoals bijvoorbeeld bij het eerder besproken artikel *Kleurrijke energieambassadeurs gezocht!* wordt daar een gemiste kans gesignaleerd. In de betreffende tekst wordt niet ingegaan op waarom de gemeente die kleurrijkheid wil. Zoals al eerder genoemd: valt op dat er nergens expliciet gerefereerd wordt naar de visie en missie van de gemeente omtrent inclusie. De wervingscampagne rondom ambassadeurs voor de energietransitie zou bijvoorbeeld een hele concrete aanleiding kunnen zijn om te verwijzen naar de visie en missie van de gemeente omtrent diversiteit, inclusie en het belang van het tegengaan van stereotypen (bijv. wit-energiebesparing). Een goed voorbeeld van de dimensie expliciete aandacht voor inclusie en anti-discriminatie vonden we in een informatieve tekst over de toegankelijkheid van stembureaus in de editie van 13 maart. Nadat in het bericht informatie is te lezen over de toegankelijkheid van de stembureaus wordt expliciet aangegeven dat de gemeente met dit onderwerp bezig is, maar dat ze weten dat ze daar nog niet klaar mee zijn. Daarbij nodigen ze Arnhemmers actief uit om hen feedback en tips te geven om de dienstverlening te verbeteren op dit punt.

**Figuur 22** *Bericht toegankelijkheid van de stembureaus, Arnhemse Koerier, 13 maart 2021*

# Toegankelijkheid van de stembureaus

**De stembureaus van de gemeente Arnhem die open zijn op 15, 16 en 17 maart 2021 zijn getoetst op toegankelijkheid. Informatie over de toegankelijkheid per stembureau vindt u op www.arnhemstemt.nl.**




We zorgen ervoor dat u veilig kunt stemmen. De stembureaus zijn zo ingericht dat u altijd 1,5 meter afstand kunt houden tot anderen. Voor het stemmen krijgt u een schoon rood potlood. Het dragen van een mondkapje in het stembureau is verplicht. Kunt u vanwege een beperking of ziekte geen mondkapje dragen, zorg dan dat u zo nodig kunt aantonen waarom dit zo is.

**TOEGANKELIJKHEID EN VOORZIENINGEN IN ELK STEMBUREAU**

In elk stembureau zijn de volgende voorzieningen aanwezig:

- 1 stemhokje met standaard verlaagd tafelblad.
- In elk stemhokje kan het blad worden verlaagd.
- Meerdere stoelen met en zonder leuningen. U kunt vragen een stoel in het stemhokje te plaatsen.
- Een vergrootglas, dit kunt u aan de medewerkers van het stembureau vragen.

**STEMMAL**

Heeft u moeite met het lezen van de kleine letters op het stembiljet? Dan kunt u met behulp van de stemmal en audio-ondersteuning uw stem uitbrengen. Dit kan voor zowel de Tweede Kamerverkiezing als het referendum. De stemmal wordt na elk gebruik schoongemaakt. De stemmal ligt in Arnhem op de volgende dagen op de volgende locaties:

- **15 maart 2021:** Sport- en Ontmoetingscentrum De Laar West (stembureau 85), Brabantweg 115
- **16 maart 2021:** Salvatorkerk (stembureau 67), Salvatorplein 275
- **17 maart 2021:** Pathé bioscoop (stembureau 3), Oude Stationsstraat 20

De stemmal is te gebruiken tijdens de openingstijden van het stembureau (van 7.30 uur tot 21.00 uur). In de stembureaus is een stembureaulid aanwezig dat u uitleg kan geven over het gebruik van de stemmal. Meer informatie kunt u ook vinden op de website van de Oogvereniging: www.oogvereniging.nl.

**HEEFT U TIPS?**

Door het coronavirus zijn deze verkiezingen veel stembureaus niet beschikbaar zoals normaal. Daarom moest worden gezocht naar alternatieve locaties. Hierbij is zo goed mogelijk gekeken in hoeverre deze locaties toegankelijk zijn of gemaakt konden worden. Ook hebben we geprobeerd te zorgen voor een zo goed mogelijke verspreiding van de stembureaus door Arnhem. Toegankelijkheid vinden we belangrijk, iedereen moet kunnen stemmen. Toch zijn helaas nog niet alle (nieuwe) locaties volledig toegankelijk. Hier blijven we aan werken.

Heeft u na de verkiezingen tips hoe wij de toegankelijkheid van stembureaus verder kunnen verbeteren? Dan horen we dat graag. Mail uw vraag of opmerking naar verkiezingen@arnhem.nl.

### 4.2.6. Sociale media

Voor de analyse van de communicatie vanuit de gemeente via sociale media is communicatie van de gemeente Facebook pagina en de Instagram pagina geanalyseerd. Voor de analyse zijn alle berichten bekeken van de maand februari 2022. In totaal waren dit 31 berichten, exclusief 8 berichten die op beide sociale media platforms waren geplaatst (voor een overzicht zie bijlage 2).

#### 4.2.6.1. Facebook

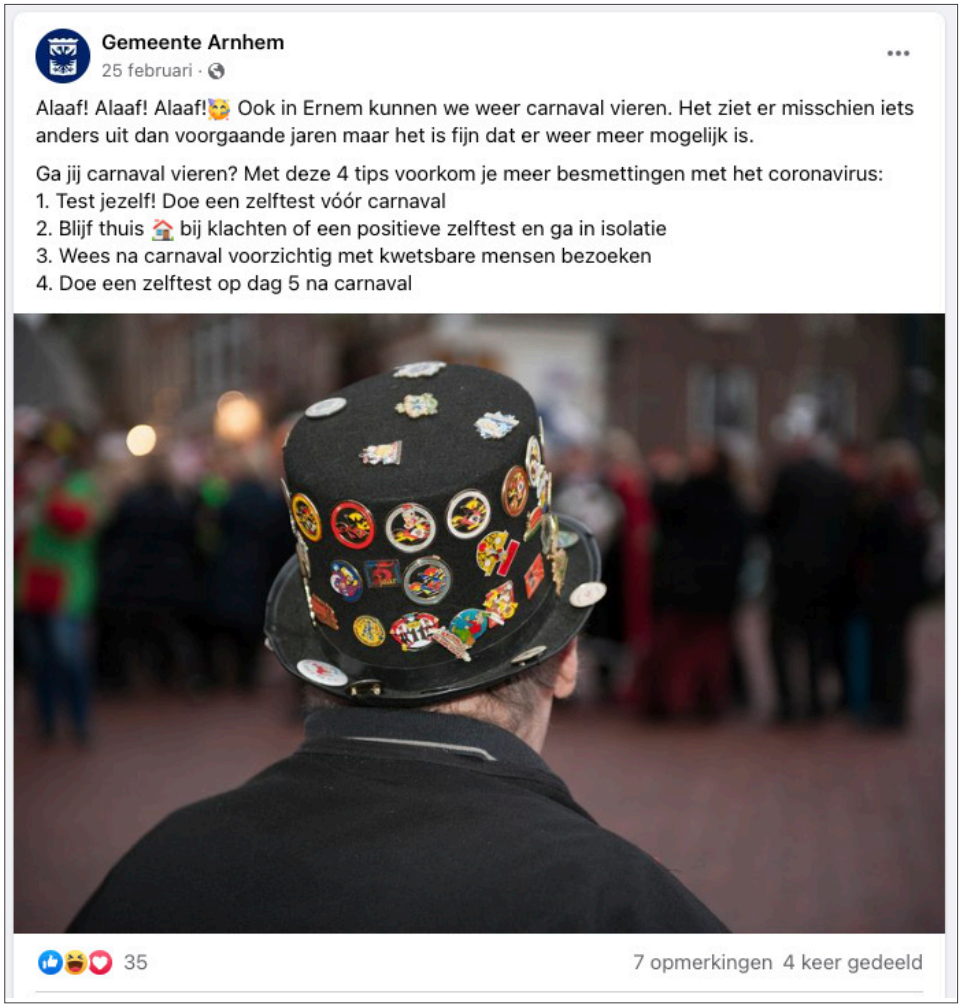
Uit analyse van de Facebook berichten komen de dimensies woord- en terminologiegebruik en stereotypering naar voren.

*Woord- en terminologiegebruik*

In een bericht van 25 februari 2022 over het vieren van carnaval (zie figuur 23), wordt in de eerste regels van het bericht carnaval nadrukkelijk geplaatst in de context van "wij vieren carnaval".

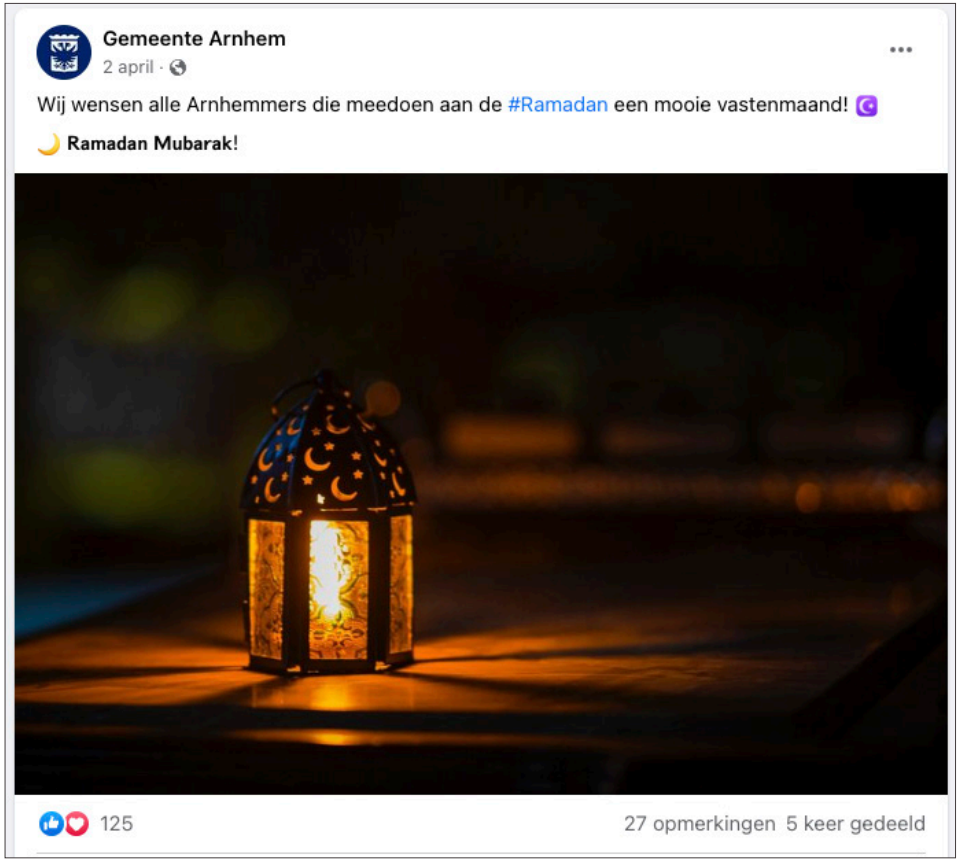
Op de foto van het bericht is een witte man afgebeeld wat de associatie wekt dat "we" slaat op witte Arnhemmers die carnaval vieren.
Als aanvulling op bovenstaande analyse is naar aanleiding van deze bevinding gezocht naar berichten over andere vieringen gedurende het jaar.

**Figuur 23** *Facebookbericht gemeente Arnhem 25 februari 2022*




Op 2 april werd het volgende geplaatst op Facebook (figuur 24):

**Figuur 24** *Facebookbericht gemeente Arnhem 2 april 2022*




Hoewel het bericht positief is en het inclusief is dat er aandacht is voor tradities, gebruiken en vieringen die oorsprong hebben in andere dan 'westerse' christelijke religies, valt uit de analyse van deze twee berichten op dat er naar carnaval verwezen wordt in de "we" vorm, terwijl er bij de Ramadan verwezen wordt naar "alle Arnhemmers die meedoen aan de Ramadan". Hiermee wordt impliciet het signaal afgegeven dat bepaalde vieringen (in dit geval Carnaval

gevierd door vooral witte Arnhemmers) de norm zijn, terwijl andere vieringen meer een uitzondering zijn. Inclusiever zou zijn ook bij carnaval te verwijzen naar "alle Arnhemmers die carnaval vieren". Als gemeente is het belangrijk om scherp te zijn op dit soort ogenschijnlijk subtiele verschillen en om consistent te zijn in het gebruik van woorden als wij, ons en we.

*Stereotypering*

Het valt op dat daar waar diversiteit en representatie in de maand februari 2022 in de communicatie op Facebook vanuit de gemeente aanwezig is, de context daarvan vaak stereotyperend is. Bijvoorbeeld in een videobericht van 7 februari vertelt een Zwarte man over zijn persoonlijke ervaringen met schulden. De familiedynamiek die hij daarbij omschrijft (gescheiden ouders, alleenstaande moeder die zorgde voor vier kinderen, arm opgegroeid) maakt dat zijn verhaal stereotyperend overkomt. Daarnaast wordt wat deze persoon vervolgens zegt vanuit het oogpunt van inclusie als problematisch gezien. De persoon stelt: "Ik werkte daar met heel veel Poolse mensen en de gesprekken met hen... die motiveerden mij heel erg. Deze mensen zijn naar Nederland gekomen om kansen te ervaren en ik ben hier geboren dus ik heb alle kansen gehad." In deze quote wordt op indirecte wijze gesteld dat iedereen in Nederland kansen krijgt en dat het ieders verantwoordelijkheid is de eigen kansen te pakken. Structurele belemmeringen en uitsluiting zoals racisme of andere sociale factoren die kunnen bijdragen aan het feit dat deze persoon nu in de schulden zit worden niet genoemd. Hoewel dit duidelijk een voorbeeld is waarin iemand zijn eigen verhaal vertelt en niet met een script werkt, gaat het hier om de keuze van de gemeente om deze persoon met deze boodschap op de eigen Facebook pagina te plaatsen. Het is positief wanneer mensen hun eigen verhaal doen want persoonlijke verhalen kunnen boodschappen krachtiger laten overkomen. Echter het is raadzaam als de gemeente oplet wanneer en hoe Zwarte mensen, mensen van kleur en Arnhemmers uit andere minderheidsgroepen hun verhaal doen, om te voorkomen dat communicatie stereotypering reproduceert of in de hand werkt. Vooral omdat er zo weinig Zwarte mensen zichtbaar zijn in de communicatiematerialen van de gemeente, valt het extra op dat wanneer het wel gebeurt, dit op een stereotype en anderszins problematische wijze gebeurt.

#### 4.2.6.2. Instagram

Voor de analyse zijn alle berichten op Instagram bekeken van de maand februari 2022. Bij analyse van de berichten kwamen weinig patronen naar voren in relatie tot de vier dimensies van inclusieve communicatie. Het waren korte en veelal puur informatieve berichten waar geen mensen, sociale groepen of sociale thema's ter sprake kwamen. Uit analyse van het materiaal dat wel relevant was kwamen de dimensies diversiteit en representatie en stereotypering naar voren.

*Diversiteit en representatie*

Hoewel er op Instagram qua beeld voornamelijk landschappen en infographics worden geplaatst, is er een heel enkele keer diversiteit in het materiaal terug te zien. Een voorbeeld hiervan is een video bericht van 18 februari waarin een vrouw van kleur die een hoofddoek draagt, spreekt over wat zij wil zien in de stad.

*Stereotypering*

Aan het einde van bovengenoemde video komt een witte man als wethouder in beeld die bovengenoemde vrouw apart bedankt. De Wethouder wordt echter met naam en achternaam benoemd, de vrouw alleen met haar voornaam, wat een ongelijkheid in hiërarchie laat zien. Het zou inclusiever zijn beide personen met voor en achternaam, of alleen voornaam of alleen achternaam te presenteren.

### 4.2.7. Diversiteit- en inclusiebeleid

Wat betreft diversiteit- en inclusiebeleid zijn in totaal 7 stuks communicatiemateriaal bekeken (voor een overzicht zie bijlage 2). De volgende webpagina's zijn geanalyseerd: Inclusie in Arnhem, Discriminatie voorkomen en bestrijden, VN-verdrag handicap in Arnhem, LHBTQI+ in Arnhem, Inclusief ondernemen, meld discriminatie, diversiteit bij de gemeente Arnhem. Uit de analyse van deze materialen komen twee dimensies van inclusieve communicatie naar voren: Diversiteit en representatie en woord- en terminologiegebruik.

*Diversiteit en representatie*

In de materialen over discriminatie en inclusie wordt, naast enkele video's, bijna geen beeldmateriaal gebruikt. Daardoor is er geen visuele representatie van groepen die worden geraakt door discriminatie en geen visuele weergave van wat de gemeente verstaat onder diversiteit en inclusie.

*Woord- en terminologiegebruik*

Qua terminologie is er in de materialen nog ruimte voor verbetering. Ten eerste worden in de bronnen etnische groepen vaak niet expliciet benoemd, of er wordt op een indirecte en aspecifieke manier gerefereerd naar gediscrimineerde groepen. Zo verwijst de gemeente niet expliciet naar uitsluiting en discriminatie van bijvoorbeeld Marokkaanse-, Surinaamse- en Turkse Nederlanders en Nederlanders met een Arubaanse achtergrond en/of de voordelen die gepaard gaan met een witte huidskleur in Nederland. De gemeente schrijft in heel algemene termen dat het niet uitmaakt "als je uit een ander land komt" en over deelname "ongeacht culturele/etnische achtergrond." Door deze verwoording blijft racisme en discriminatie op basis van nationaliteit, geloof, huidskleur en/of afkomst onbenoemd. Dit kan leiden tot een kleurenblinde uitleg en aanpak van racisme en discriminatie én kan maken dat deze vormen van uitsluiting over het hoofd gezien worden doordat het voortrekken en/of bevoordelen van witte mensen niet beschouwd wordt als vorm van discriminatie en racisme. Bovendien is de verwijzing "uit een ander land komen" in veel gevallen niet correct, gezien bijvoorbeeld Marokkaanse-, Surinaamse- en Turkse Nederlanders en Nederlanders met een Arubaanse achtergrond al generaties lang in Nederland geboren en getogen worden, maar wel ook groepen zijn die vaak discriminatie en racisme ervaren op basis van hun uiterlijk. Op deze manier kan deze verwoording het idee versterken dat het hier niet om Nederlanders gaat, waarmee uitsluiting in de hand gewerkt kan worden. Inclusief zou zijn ook expliciet aandacht te besteden aan discriminatie van Marokkaanse-, Surinaamse- en Turkse Nederlanders en Nederlanders met een Arubaanse achtergrond op basis van hun uiterlijk en (vermeende) afkomst.

Ten tweede, als het gaat om sekse en gender, wordt de persoon soms niet genoemd. Zo heeft de gemeente het bijvoorbeeld over "biseksuelen" in plaats van over biseksuele personen. Ten derde, de gemeente heeft het in de tekst waarin ingegaan wordt op inclusief ondernemen over mensen "met een afstand tot de arbeidsmarkt", maar maakt niet expliciet waarom die afstand bestaat. Zo benoemt de gemeente slechts dat het gaat om mensen "die zonder wat extra hulp niet of lastig aan een baan komen." Dit soort zinnen passen in een deficit benadering waarin de hulp die iemand nodig heeft benadrukt wordt i.p.v. de structurele tegenwerking, uitsluiting en/of discriminatie waarmee iemand te maken heeft. Ten vierde, en gerelateerd aan het derde punt, heeft de gemeente het in de communicatie over het VN-verdrag Handicap vaak over het 'zelfstandig' kunnen deelnemen. Echter, veel mensen zijn door hun beperking en/of chronische ziekte niet in staat om zelfstandig te wonen, werken, of naar school te gaan. Dat maakt zelfstandig tot een norm die niet voor iedereen fysiek of mentaal haalbaar is. Beter is het hier om te spreken van volwaardige- en gelijkwaardige deelname i.p.v. zelfstandige deelname.

# 5 Bevindingen uit de groepsgesprekken met Arnhemmers

In dit hoofdstuk bespreken we wat naar voren komt uit de analyse van de groepsgesprekken met de Arnhemmers over de inclusiviteit van de publieks-communicatie van de gemeente Arnhem, specifiek in relatie tot Arnhemmers met een migratieachtergrond, Arnhemmers uit de LHBTQI+ gemeenschap en Arnhemmers met een beperking. In de presentatie van de bevindingen wordt weergegeven wat de ervaringen zijn van de deelnemers met de publiekscom-municatie van de gemeente en welke dimensies van inclusieve communicatie bij de analyse van de gesprekken naar voren gekomen.

## 5.1. Ervaringen van mensen met een migratieachtergrond met de publiekscommunicatie van gemeente Arnhem

Uit analyse van gesprekken met Arnhemmers met een migratieachtergrond en mensen nauw betrokken bij gemeenschappen met een migratieachter-grond komen verschillende ervaringen met de publiekscommunicatie van de gemeente naar voren. Respondenten zien dat er vanuit de gemeente aandacht is voor het thema en dat wordt gewaardeerd. Sommigen zijn bijvoorbeeld al meerdere keren door de gemeente benaderd om mee te denken over het thema. Daarnaast zien ze in de publiekscommunicatie veranderingen. Daarbij worden verschillende voorbeelden aangehaald die hieronder genoemd worden.
Tijdens de gesprekken gaan respondenten voornamelijk in op de dimensies diversiteit en representatie en stereotypering. Daarnaast komt uit de analyse van de gesprekken naar voren dat stijl en toegankelijkheid van communicatie ook een belangrijk aandachtspunten zijn. Tot slot spreekt uit de groepsge-sprekken dat deelnemers het onderzoeken van inclusiviteit van gemeentelijke communicatie belangrijk vinden, maar actie van de gemeente op dit punt nog urgenter vinden.

### Diversiteit en representatie

Respondenten gaven aan dat ze in het beeldmateriaal zien dat er aandacht is voor diversiteit en representatie van Arnhemmers met een migratieachter-grond. Ze zijn blij dat het niet meer standaard een 'cis-hetero-wit persoon' is die terugkomt in de beelden. Dit zien ze bijvoorbeeld terug in postercampagnes over seksueel overschrijdend gedrag en een campagne over schulden. Bij de campagne over schulden wordt specifiek genoemd dat er een Arnhemse jongen van kleur in beeld is die zijn ervaringen deelt. Respondenten zien dat het om echte personen gaat en dat vinden ze belangrijk. Een aantal respondenten ziet deze campagne over het algemeen als een goed voorbeeld. Ook wordt de campagne rondom 'Arnhems Meisje' genoemd als een goed voorbeeld [11].

### Stereotypering

Tegelijkertijd waren deelnemers aan de gesprekken kritisch. Het gebruiken van beelden, specifiek bij bepaalde thema's, kan stereotypering in de hand werken. Bijvoorbeeld door bij de schuldencampagne de focus te leggen op iemand met een migratieachtergrond, waardoor het idee gecreëerd wordt dat schuldenpro-blematiek samenhangt met de achtergrond van die persoon. Hiernaast gaven de respondenten aan dat ze zich over het algemeen niet persoonlijk aange-sproken voelen door de communicatie vanuit de gemeente. De communicatie werd vaak als afstandelijk en koud ervaren, omdat de taal onpersoonlijk is en niemand specifiek aanspreekt. Hieronder wordt dat geïllustreerd met een quote waarbij de respondenten gevraagd is of zij zich aangesproken voelen in

11 https://www.arnhem.nl/stad_en_wijken/Onderscheidingen/arnhems_meisje

de communicatie. Daarnaast kwam in de gesprekken met deze respondenten naar voren dat een aantal van hen representatie van mensen met een (zichtbare) beperking mist in de communicatie vanuit van de gemeente. Ruimte voor intersectionaliteit in representatie van Arnhemmers wordt daarbij door een aantal respondenten in deze groep als belangrijk punt genoemd.

*"Dat is niet de bril waarmee ik de teksten lees. Je bent geprogrammeerd om te lezen en de informatie tot je te nemen. [...] ik denk dat als je al die identiteiten van je inwoners ziet, dat je de Arnhemmers ziet voor wie ze zijn. Maar dat bekent dat je iedereen moet benoemen. Alle vakjes aanvinken. En anders moet je onzijdig zijn."* (R19).

Wat betreft diversiteit en representatie wordt de Arnhemse Koerier een paar keer genoemd als goed voorbeeld. Volgens een van de respondenten komen Arnhemmers met verschillende achtergronden en deelidentiteiten regelmatig aan het woord in de Koerier. Wel gaf deze respondent aan dat nog niet alle organisaties voldoende en gelijkwaardig vertegenwoordigd zijn. Er zou meer aandacht moeten zijn om ervoor te zorgen dat alle (maatschappelijke) organisaties ruimte krijgen in de Arnhemse Koerier.

*"Qua beeld heel divers, alle kleuren en maten komen terug. Met rolstoel en zonder. Dat vind ik heel leuk. Waardoor ik het altijd leuk vind om te lezen. Je bent niet alleen vrouw of moeder. Je hebt zoveel petten op in je leven. Dat vind ik het leuke eraan. [...] Maar er is één kliekje waar de informatie vandaan komt en dat wordt geëtaleerd."* (R19)

### Stijl en toegankelijkheid van de communicatie

Naast bovengenoemde brachten respondenten punten in die te maken hebben met de stijl van communiceren en de toegankelijkheid van communicatie. De website is een van de meest genoemde communicatiekanalen. Als het om inclusiviteit van de communicatie via de website gaat is deze volgens de meeste deelnemers ontoegankelijk, gebruiksonvriendelijk, niet uitnodigend, te technisch en te droog. Respondenten zouden op de website het gesprek met de Arnhemmer meer terug willen zien. Een deelnemer stelt:

*"de gemeente heeft natuurlijk een hele pagina, daar word ik niet per se vrolijk van. Je merkt wel een verandering, maar het is 'lelijk' en 'moeilijk te begrijpen'"* (R19).

Ook gaf een van de deelnemers aan dat ze de communicatie vanuit de gemeente via brieven, maar ook telefoon, vaak als "een beetje dwingend en belerend" beschouwt, waardoor zij geen inclusie ervaart.

*"De manier waarop brieven worden opgesteld... als ik het heb over mijn handicap waarvoor ik hulp krijg... ik merkte dat de communicatie op het begin heel dwingend en belerend was. Ik ben een jonge moeder en ik behoor niet tot de groep ouderen die normaliter zorg krijgt. Zowel schriftelijk als telefonisch merk ik dat. [...] Het zit vooral in de toon en niet de woorden, de manier waarop."* (R19)

Naast de stijl van de website benoemden respondenten ten slotte dat informatie op de website vaak niet vertaald is en ook moeilijk vertaalbaar blijkt. Dit belemmert de toegankelijkheid voor mensen voor wie het Nederlands een tweede taal is, zoals mensen met een migratieachtergrond die nog kort in Nederland verblijven. Als voorbeeld wordt een zin genoemd uit een informatiebrief over de inburgeringscursus. Daarin zou staan dat "de cursus boven school gaat". Een letterlijke vertaling hiervan maakt het lastig om te begrijpen wat hiermee bedoeld wordt. Deelnemers zien graag dat de gemeente schrijft in Nederlandse zinnen die makkelijk vertaalbaar zijn en zonder ingewikkelde taalconstructies. Een alternatief om communicatie toegankelijker te maken, is het gebruikmaken van audiovisueel materiaal. Een van de respondenten vertelt over een initiatief op Stadseiland Arnhem Zuid waarbij bewoners informatie ontvingen op een USB stick die de gemeente naar hen opgestuurd had. Deze audiovisuele manier van informeren sloeg goed aan bij de ouderen die

het Nederlands als tweede taal hebben. Daarnaast bleek het ook een goede manier te zijn om jongeren te informeren.

In de gesprekken met Arnhemmers met een migratieachtergrond en mensen die nauw betrokken zijn bij gemeenschappen met een migratieachtergrond waren de respondenten kritisch. Er werd meerdere malen benoemd dat het volgens hen niet alleen over inclusieve communicatie gaat, maar misschien wel meer om wat de gemeente daadwerkelijk doet om Arnhem een inclusieve stad te maken. Ze vinden het belangrijk dat de gemeente, maar ook andere plekken in de stad inclusief en toegankelijk zijn voor iedereen. Hierbij moet er aandacht en ruimte zijn voor alle deelidentiteiten.

## 5.2. Ervaringen van mensen uit de LHBTQI+ gemeenschap met de publiekscommunicatie van gemeente Arnhem

Uit analyse van de groepsgesprekken met Arnhemmers uit of nauw betrokken bij de LHBTQI+ gemeenschap komt ook naar voren dat zij zien dat gemeente Arnhem zijn best doet om inclusiever te zijn als stad en in de communicatie. De respondenten geven aan dat de gemeente interesse toont en dat dit ervoor zorgt dat ze zich als gemeenschap gezien voelen. Voorbeelden die ze hierbij noemden zijn onderzoeken die de gemeente heeft laten doen naar het welzijn en de leefsituatie van de LHBTQI+, en activiteiten die de gemeente organiseert om zichtbaarheid van LHBTQI+ personen en thema's te creëren, zoals het regenboogpad en Paarse Vrijdag op scholen. Hoewel deze respondenten punten van verbetering benoemen, geven ze ook aan dat er rondom het thema inclusie ook ruimte moet zijn om fouten te maken om daar vervolgens weer van te leren. Uit analyse van de gesprekken met deze groep komen met name de dimensies diversiteit en representatie en woord- en terminologiegebruik aan bod.

### Diversiteit en representatie

Uit de gesprekken kwam tevens naar voren dat personen uit de LHBTQI+ gemeenschap ervaren dat zij nog onvoldoende vertegenwoordigd worden in woord en beeld in communicatie vanuit de gemeente. Zo vonden ze dat de Arnhemmers uit de LHBTQI+ gemeenschap nog onzichtbaar zijn op de website van de gemeente, terwijl de Arnhem een regenbooggemeente is. Ook wordt er niet gecommuniceerd over evenementen en bijeenkomsten voor de LHBTQI+ gemeenschap, waardoor bewoners niet goed op de hoogte zijn over deze gebeurtenissen en steun van de gemeente daarbij.
Respondenten zouden graag zien dat de gemeente meer openheid geeft en publiekelijk communiceert over wat zij als gemeente doen voor de LHBTQI+ gemeenschap. Dit zouden ze niet alleen terug willen zien op de website, maar ook in nieuwsbrieven en op sociale media kanalen. Daarnaast is het belangrijk dat deze groep ook geïncludeerd wordt in communicatie die niet LHBTQI+-specifiek is.

*"Arnhem is een regenbooggemeente, maar het zichtbaar maken daar kan nog veel gebeuren."* (R16)

Uit de gesprekken komt ook specifiek naar voren dat de deelnemers representatie in beeld van LHBTQI+ personen en thema's in communicatie van de gemeente missen. Een van de voorbeelden die wordt genoemd is de gemeente webpagina over trouwen. Daar worden mensen uit de LHBTQI+ gemeenschap nog niet gerepresenteerd in beeld. Tegelijk blijkt uit de gesprekken dat representatie in beeld van LHBTQI+ personen ook onder Arnhemmers uit of nauw betrokken bij de LHBTQI+ gemeenschap nog een discussiepunt is. Een aantal deelnemers geeft aan dat het bij representatie van mensen uit deze groep makkelijk is om in stereotypering te vervallen. Zo werd bijvoorbeeld ingebracht dat beelden van transgender vrouwen die zich aan het omkleden/opmaken zijn stereotyperend zijn. Sommige respondenten vonden een abstract beeld of logo zoals een vlag in zo een geval een beter alternatief dan foto's. Anderen waren het daarmee juist oneens, omdat ze vinden dat alle mensen uit de samenleving consequent terug moeten komen in foto's. Het is belangrijk om als gemeente verder in gesprek te gaan over dit aspect en mensen uit de sociale groep waarover het gaat te betrekken bij het kiezen van passende termen en verwoordingen in communicatie.

### Woord- en terminologiegebruik

De dimensie woord- en terminologiegebruik kwam bij deze groep veelvuldig aan bod. Respondenten waren over het algemeen positief over hoe inwoners van Arnhem worden aangesproken in de communicatie vanuit de gemeente. Algemene bewonerscommunicatie is volgens de deelnemers vaak genderneutraal en niet-persoonlijk geadresseerde brieven gebruiken volgens hen doorgaans het aanhef "Beste mensen". Hier zijn respondenten blij mee. Tegelijkertijd gaven ze ook aan dat dit nog niet altijd consequent gebeurt in alle communicatie. Volgens respondenten is het taalgebruik soms nog wel "heel binair". Zo is er vaak alleen de keuze uit een mannelijke of vrouwelijke aanhef op aanvraagformulieren van de gemeente Arnhem. Ook worden persoonlijk voornaamwoorden en bezittelijk voornaamwoorden momenteel nog vaak geformuleerd als "hij/zij" en "zijn/haar". De voorkeur gaat uit naar genderneutrale aanspreekvormen.

Verder geven respondenten aan dat er nog te vaak paraplu-termen worden gebruikt, zoals bijvoorbeeld LHBTQI+, terwijl communicatie soms over één specifieke groep gaat, bijvoorbeeld lesbische vrouwen. In dat soort gevallen kan communicatie dus specifieker gemaakt worden door specifiekere termen te gebruiken. Tegelijk, als de gemeente over homo-emancipatie schrijft, terwijl de gemeente LHBTQI+ emancipatie bedoelt, dan heeft dit een uitsluitend effect. Hierbij moet de gemeente ook letten op hoe zij verwijzen naar mensen uit de LHBTQI+ groep. Zo wordt er bijvoorbeeld in de Regenboogagenda 2022 person-first en identity-first terminologie door elkaar gebruikt. Hoewel er onder de respondenten discussie is over hoe er naar mensen uit de LHBTQI+ gemeenschap gerefereerd zou moet worden, willen zij in ieder geval dat de gemeente op de hoogte is van hoe taal een uitsluitende werking kan hebben.

*'We zijn als samenleving allemaal verschillende mensen, dat wil je laten terugkomen in je communicatie als gemeente"* (R15)

## 5.3. Ervaringen van mensen met een beperking met de publiekscommunicatie van gemeente Arnhem

Uit analyse van de groepsgesprekken met Arnhemmers met een beperking en andere mensen nauw betrokken bij mensen met een beperking, komt naar voren dat de respondenten merken dat er aandacht is voor inclusie vanuit de gemeente Arnhem. Er werd echter ook aangegeven dat zij als persoon met een beperking of als naaste van iemand met een beperking regelmatig uitsluiting ervaren in de communicatie en ook breder in het contact met de gemeente.

Uit analyse van de gesprekken komen de dimensies woord- en terminologiegebruik en diversiteit en representatie naar voren. De respondenten die we gesproken hebben met verschillende beperkingen te maken, zoals doofheid/slechthorendheid, blind/ slechtziend zijn en mobiliteitsbeperkingen waardoor respondenten in een rolstoel zaten. Veel ervaringen vanuit deze groep hadden dan ook betrekking op de toegang tot communicatie, maar ook de fysieke toegang tot publieke ruimtes in de breedste zin. Denk aan de kunst- en cultuur sector, evenementen of activiteiten in de stad, maar ook toegang tot winkels, pinautomaten en afvalcontainers. In de gesprekken met mensen die doof/slechthorend of blind/slechtziend zijn ging het meer over de communicatiemiddelen die gebruikt worden en hoe teksten, beelden en audio deze groep wel of niet dienen. Tot slot was het zich 'gezien voelen' door de gemeente ook een onderwerpen wat naar voren gebracht werd in de groepsgesprekken. Respondenten hadden het gevoel dat dit nog niet voldoende was.

### Diversiteit en representatie

Arnhemmers met een beperking en andere mensen die nauw betrokken zijn bij mensen met een beperking vinden de publiekscommunicatie vanuit de gemeente over het algemeen prima, maar gaven wel aan zich nog onvoldoende gezien en aangesproken te voelen. In communicatie over bijvoorbeeld evenementen en activiteiten wordt niet standaard benoemd hoe het georganiseerd wordt voor mensen een beperking. Respondenten gaven aan dat zij er in dat

soort gevallen vanuit gaan dat zo een event of activiteit niet toegankelijk is voor mensen met een beperking.

*Deze groep lok je lastig uit huis als je niet duidelijk benoemt dat een evenement toegankelijk is gemaakt voor mensen met een beperking. Anders wordt deze doelgroep niet makkelijk getrokken. Hoe vaker dit gebeurt hoe normaler het zal worden waardoor het misschien in de toekomst zo vanzelfsprekend is dat het niet meer nodig is om te benoemen. Zo ga ik er altijd vanuit dat een evenement niet toegankelijk is als dit niet zo benoemd is* (R8).

Ook gaven mensen aan dat er nauwelijks mensen met een beperking terug te zien zijn in de beelden die gebruikt worden. Wanneer in de communicatie, zowel tekst als beeld, verwezen of gesproken wordt over mensen met een beperking staat die beperking of chronische ziekte centraal. Respondenten geven aan dat ze daarmee worden gereduceerd tot deze beperking. Respondenten zouden liever zien dat Arnhemmers met een beperking ook in beeld worden gebracht als het gaat om andere thema's of onderwerpen die niet direct te maken hebben met deze beperkingen.

*Alleen als het daar over gaat, worden inclusieve communicatiemiddelen gebruikt. Op posters of flyers over andere onderwerpen wordt nooit iemand met een zichtbare beperking gebruikt.* (R8)

### Woord- en terminologiegebruik

Uit de gesprekken met Arnhemmers met een beperking en andere mensen nauw betrokken bij mensen met een beperking, kwam naar voren dat respondenten daar waar het gaat om woord- en terminologiegebruik van mening verschillen. Niet iedereen ervaart dezelfde termen als prettig of onprettig. Zo gaf een van de respondenten aan dat het gebruik van gehandicapt of gehandicapten in sommige contexten geen probleem is. Anderen gaven juist aan dat ze de term gehandicapt vervelend en achterhaald vinden. Respondenten waren het met elkaar eens dat de termen 'invaliden' of 'mindervaliden' echt niet meer gebruikt kunnen worden, hoewel dat volgens hen nog steeds gebeurt in sommige communicatie vanuit de gemeente (bijvoorbeeld om te verwijzen naar 'een invalidekaart'). Deze termen worden geassocieerd met 'het minder zijn' en worden door de deelnemers als niet prettig ervaren. Over de term invaliden zei een van de respondenten het volgende:

*"Mensen die dat uitspreken staan er vaak niet bij stil. Ik begrijp dit wel, maar het is absoluut niet prettig."*(R9)

Respondenten geven aan dat het voor hen belangrijk is dat de persoon altijd centraal staat. Bijvoorbeeld persoon met mobiliteitsbeperking. Echter, het spreken in beperkingen wordt door sommigen ook als onprettig ervaren. Zij spreken liever over mensen met mogelijkheden of 'bijzondere kinderen'. Tegelijkertijd erkennen zij dat dit verschillend geïnterpreteerd kan worden en dat het daardoor een minder gangbare benadering is. Zij gaven aan dat 'personen met een beperking' daarom volstaat in de communicatie. Wel is het belangrijk om aandacht te blijven hebben voor de diversiteit aan mensen met een beperking. Er zijn mensen met zintuigelijke beperkingen, mobiliteitsbeperking of verstandelijke beperkingen en niet alle beperkingen zijn altijd (even) zichtbaar.

### Toegankelijkheid

Tot slot komt uit de gesprekken naar voren dat de taal die gebruikt wordt als ingewikkeld ervaren wordt. Er worden ingewikkelde termen en zinsconstructies gebruikt. Voor mensen die Nederlands als tweede of misschien derde taal spreken, is dit lastig. Dit geldt ook voor mensen die doof zijn. Voor hen is de Nederlandse Gebarentaal de eerste taal.

Daarnaast kunnen specifieke beperkingen ervoor zorgen dat informatie in bepaalde vormen niet toegankelijk is. Zo is bijvoorbeeld communicatie via fysieke post, zoals (nieuws)brieven, flyers of krantjes niet toegankelijk voor mensen die slechtziend of blind zijn, omdat ze niet voorgelezen kunnen worden

net als digitale post. Digitale post kan via de telefoon of computer voorgelezen worden. Hierdoor zijn deze personen afhankelijk van hun naasten om de informatie voor te lezen. Digitale post of online informatie heeft voor deze groep de voorkeur.

*Geschreven post kan ik niet meer lezen. Dus dat moet ik laten voorlezen. En daarom ben ik zelf wel fan van email bijvoorbeeld, ik vind het ook altijd wel fijn als je kan bellen met vragen, vind ik soms ook handiger dan alles uitwerken en uittypen."* (R10)

Een van de suggesties die gedaan is, is gebruik maken van visualisatie door middel van plaatjes of een plattegrondje. Dit kan aanvullend gebruikt worden bij teksten. Wanneer er gebruik wordt gemaakt van beelden is het belangrijk om rekening te houden met mensen die visueel beperkt zijn (slechtziend of blind) en de plaatjes te voorzien van beschrijvingen. Digitaal kunnen deze beschrijvingen dan ook 'voorgelezen' worden door bijvoorbeeld de telefoon.

Het is dus belangrijk om bij elke vorm van communicatie of communicatiemiddel na te denken over wie je daarmee bereikt en voor wie het misschien niet toegankelijk is. Personen die doof of slechthorend zijn ervaren weer uitdagingen bij andere vormen van communicatie. Telefonisch contact maken met de gemeente is bijvoorbeeld niet mogelijk, tenzij er een tolk betrokken is om hierbij te ondersteunen. Dit geldt bijvoorbeeld ook voor communicatie die fysiek plaatsvindt met ambtenaren van de gemeente. Respondenten gaven aan dat ze weinig medewerking vanuit de gemeente ervaren op dit vlak. Er is bijvoorbeeld niet standaard iemand aanwezig in het stadhuis die kan ondersteunen met Nederlandse Gebarentaal. Daarnaast noemde een van de respondenten het voorbeeld van een medewerker achter de balie die tijdens de Covid-19 pandemie niet bereid was om het mondkapje af te doen, zodat de respondent kon liplezen. Andere ervaringen van gebrek aan inclusie hadden bijvoorbeeld te maken met geluid en akoestiek in de kunst en cultuur en andere openbare ruimten in Arnhem.

Tot slot deelden meerdere respondenten ervaringen waaruit blijkt dat ze zich nog onvoldoende gezien en gehoord voelen als Arnhemmers. Volgens respondenten is er nog onvoldoende aandacht voor mensen die te maken hebben met een beperking. Hierdoor moeten ze als respondenten vaak zelf contact opnemen met de gemeente om hen hierop te wijzen.

Ook kwam uit de gesprekken naar voren dat er veel pijn en frustratie zit bij de respondenten als het gaat om de manier waarop ze zich behandeld en benaderd voelen door onder andere de gemeenten en ambtenaren. Respondenten spraken over een constante strijd die ze voeren met de gemeente wanneer ze gebruik willen maken van voorzieningen uit bijvoorbeeld de Wmo. Er heerst sterk het gevoel dat de gemeente financiële belangen vooropstelt. Respondenten gaven aan dat ambtenaren vaak vanuit wantrouwen het gesprek aangaan. Een van de respondenten vertelt dat ze een keer per ongeluk een mailtje kreeg waarin naar hun gezin verwezen werd als 'een duur wmo-gezin'. Dat heeft een heel naar gevoel achtergelaten, waardoor de drempel nog meer verhoogd wordt om een beroep te doen op voorzieningen.

*"Je wordt meteen over een kam geschoren: van: oh die is op geld uit. En ik zeg: luister het is me de trots nabij om jullie te hulp te vragen. Want ik moet al over zo'n grote drempel heen. En als ik dan zeg: luister ik heb geen geld voor een aangepaste autostoel... dan krijg je te horen krijgt dat je dan ten eerste met een financieel adviseur in contact wordt gebracht. En dat die financieel adviseur dan zegt: ik moet ook mijn eigen autostoel betalen. 'Oké, maar die van u kost ook 4.000 euro?'"* **(R11, moeder van kind met een beperking)**

# 6 Conclusies

In dit rapport is verslag gedaan van onderzoek naar de vraag hoe inclusief de publiekscommunicatie van de gemeente Arnhem is daar waar het gaat om Arnhemmers met een migratieachtergrond, Arnhemmers met een beperking en Arnhemmers uit de LHBTQI+ gemeenschap. Om antwoord te geven op deze vraag is publiekscommunicatiemateriaal geanalyseerd en zijn gesprekken gevoerd met Arnhemmers met een migratieachtergrond, Arnhemmers met een beperking en Arnhemmers uit de LHBTQI+ gemeenschap en met een aantal mensen die vanwege werk- of maatschappelijke initiatieven nauw betrokken zijn bij deze sociale groepen.

In dit hoofdstuk wordt de centrale vraag beantwoord. Dit gebeurt aan de hand van het beantwoorden van de twee deelvragen:

- Welke goede voorbeelden van inclusieve communicatie richting Arnhemmers met een migratieachtergrond, mensen met een beperking en personen uit de LHBTQI+ gemeenschap zijn te vinden in publiekscommunicatie van gemeente Arnhem?
- Welke aandachtspunten omtrent inclusieve communicatie richting deze sociale groepen worden gesignaleerd in de publiekscommunicatie van gemeente Arnhem?

## Welke goede voorbeelden van inclusieve communicatie richting Arnhemmers met een migratieachtergrond, mensen met een beperking en personen uit de LHBTQI+ gemeenschap zijn te vinden in publiekscommunicatie van de gemeente Arnhem?

Ten eerste is in een aantal van de geanalyseerde materialen van de publieks-communicatie van de gemeente Arnhem duidelijk te zien dat de gemeente diversiteit nastreeft en mensen uit verschillende sociale groepen wil representeren in de communicatie. Uit de groepsgesprekken komt naar voren dat Arnhemmers met een migratieachtergrond en personen uit de LHBTQI+ gemeenschap en mensen die nauw betrokken zijn bij deze groepen zien dat de gemeente met het thema inclusiviteit bezig is en dat de gemeente in dit opzicht 'met de tijd' wil meegaan. Door Arnhemmers uit verschillende sociale groepen wordt gesignaleerd dat het materiaal van de gemeente meer diversiteit laat zien dan een aantal jaren geleden. Hiernaast komt als goed voorbeeld qua woord- en terminologiegebruik uit de analyse van het materiaal naar voren dat de gemeente soms een genderneutrale aanhef gebruikt. In de groepsgesprekken werd dit ook door deelnemers aangegeven. Ook wordt soms person first taal gebruikt: wordt in enkele gevallen eerst naar de persoon verwezen en pas daarna naar een specifiek kenmerk van deze persoon of toestand waar deze persoon zich in bevindt (bijvoorbeeld 'persoon met dyslexie', in plaats van 'dyslectisch persoon'). Tevens bracht de analyse in een paar materialen contra-stereotypen en een intersectionele benadering aan het licht: er werd in een aantal materialen beelden en verhalen gevonden die tegen stereotype beelden en verhalen ingingen en waarin verschillende indentiteitsaspecten van personen en sociale groepen belicht werden.

## Welke aandachtspunten omtrent inclusieve communicatie richting deze sociale groepen worden gesignaleerd in de publiekscommunicatie van de gemeente Arnhem?

Terwijl uit de analyse naar voren komt dat er in een deel van het communicatiemateriaal al aandacht is voor inclusie, specifiek rakend aan diversiteit en representatie, woord- en terminologiegebruik en stereotypering, blijkt dat dat ook nog niet consequent en niet altijd op een inclusieve manier gebeurt. Verder valt op dat er vrijwel geen expliciete aandacht is voor inclusie en anti-discriminatie.

Bij representatie van mensen uit verschillende sociale groepen in woord en beeld is het niet alleen belangrijk *dát* verschillende mensen gerepresenteerd

worden, maar moet tegelijk ook nagedacht worden over *hoe* dit gedaan wordt. Diversiteit is immers niet hetzelfde als inclusie. Diversiteit kan ook op een niet inclusieve manier terug te zien zijn in communicatie. Uit de materiaalanalyse bleek dat, hoewel de gemeente in sommige materialen al mensen uit verschillende sociale groepen representeert, dat ook heel vaak nog niet, niet voldoende of op een stereotyperende manier gebeurt. Ook laat de analyse zien dat mensen uit bepaalde sociale groepen bijna uitsluitend te zien zijn bij onderwerpen waar zij vanwege hun achtergrond, kenmerken of behoeften specifiek mee te maken hebben. Dit geldt met name voor mensen met een beperking en mensen uit de LHBTQI+ gemeenschap. Ook laat de analyse zien dat de combinatie van een inhoudelijke boodschap en beeld een stereotype associatie kan oproepen, en dat het voor het aan het licht brengen van stereotypen nodig is zowel kritisch te kijken naar keuzes in tekst en beeld als ook communicatiematerialen of campagnes over een onderwerp in zijn geheel te bekijken.
Ook in de groepsgesprekken gaven deelnemers aan dat het meer divers maken van het materiaal niet genoeg is. Er werd gewezen op het gevaar van stereotypering wanneer mensen met bepaalde achtergronden en/of uiterlijke kenmerken meer of altijd terug te zien zijn bij "onderwerpen die een beetje moeilijk zijn" (R2), zoals bijvoorbeeld het onderwerp schulden.
Kortom, het is belangrijk dat de gemeente alert blijft op stereotypering en bewustere keuzes maakt in relatie tot welke onderwerpen mensen uit bepaalde sociale groepen en met bepaalde uiterlijke kenmerken geïncludeerd worden en op welke manier dit gebeurt.

Daarnaast is het communicatiemateriaal van de gemeente in woord- en terminologiegebruik nog niet consequent inclusief. Uit sommige communicatie sprak, door bepaald woord- en terminologiegebruik en perspectief, een deficit benadering. Door deze deficit benadering worden specifieke behoeften, ervaringen of beperkingen geplaatst in de context van een tekort en individuele toestand waarin 'hulp' nodig is, waardoor de structurele tegenwerking, uitsluiting en/of discriminatie waarmee iemand te maken kan hebben niet genoemd wordt. Uit de groepsgesprekken met mensen met een beperking kwam ook naar voren dat een aantal mensen met een beperking in de communicatie met de gemeente een deficit benadering ervaart, waarbij zij alleen aangesproken en gerepresenteerd worden in relatie tot hun beperking.
Ook worden in het communicatiemateriaal van de gemeente soms nog woorden en terminologie gebruikt die op basis van het huidige niveau van kennis niet juist zijn. Daarnaast is in sommige communicatie de aanhef en/of inhoud van de communicatie nog niet genderneutraal.
Tevens worden bepaalde identiteitsaspecten, ervaringen, behoeften of beperkingen van bepaalde sociale groepen soms op eufemistische wijze geformuleerd waardoor de communicatie niet de daadwerkelijke situatie erkent waarin personen uit deze sociale groepen zich bevinden. Met name uit de groepsgesprekken met mensen met een beperking kwam naar voren dat onjuist terminologiegebruik een grote factor van ergernis kan zijn. Tegelijk bleek uit de gesprekken met mensen uit de LHBTQI+ gemeenschap ook dat binnen de gemeenschap het gebruik van bepaalde termen soms verschillend ervaren wordt door individuen. Dit wijst uit dat het belangrijk is hierover in gesprek blijven met personen uit de verschillende sociale groepen.
Uit de analyse van woord- en terminologie gebruik zien we ook dat verschillende personen die gerepresenteerd worden in materialen rondom een bepaald onderwerp soms verschillend worden geïntroduceerd. Zo worden sommige personen met een titel en/of beroep of met een voor en achternaam gepresenteerd, terwijl bij andere personen niet naar titel of beroep maar slechts voornaam verwezen wordt. Op deze manier wordt er op indirecte wijze aan bepaalde personen meer status (bijv. meer professioneel of formeel) toegewezen, terwijl anderen als persoon met minder status (met een bijrol of meer informele rol) worden gepresenteerd. Tot slot komt uit de analyse van de dimensie woord- en terminologie gebruik naar voren dat ook het gebruik van perspectief (schrijven vanuit 'wij' of óver 'zij') nog aandacht vergt.

Hiernaast blijkt uit de analyse dat er weinig expliciete aandacht is voor inclusie en anti-discriminatie in het communicatiemateriaal van de gemeente. Verwijzing naar de visie en missie van de gemeente op deze onderwerpen is

alleen een enkele keer gevonden. Ook in materiaal waar dit voor de hand zou liggen, gebeurt dit niet. In materiaal dat expliciet over diversiteit en inclusie gaat worden etnische groepen vaak niet benoemd en wordt er op een indirecte en aspecifieke manier gerefereerd aan discriminatie en gediscrimineerde groepen. In relatie tot bepaald materiaal wordt daar een gemiste kans gesignaleerd. Doordat er in de communicatie van de gemeente geen expliciete aandacht is voor inclusie en anti-discriminatie blijven mechanismen die onderliggend zijn aan uitsluiting zoals racisme en discriminatie op basis van nationaliteit, geloof, huidskleur en/of afkomst onbenoemd. Dit kan leiden tot een kleurenblinde benadering van diversiteit en inclusie en kan ervoor zorgen dat vormen van uitsluiting zoals racisme en discriminatie over het hoofd gezien worden. Hiernaast bracht de analyse aan het licht dat, daar waar de gemeenten in de materialen in de categorie diversiteit en inclusiebeleid inclusie wel expliciet bespreekt, dit voornamelijk vanuit een 'business case' perspectief wordt gedaan. Deze benadering benadrukt meer het 'productiviteitsvoordeel' dan de ethische- en juridische aspecten van zorgen voor meer inclusie en diversiteit. Ethische aspecten van zorgen voor meer inclusie en diversiteit zouden bijvoorbeeld naar voren kunnen komen door expliciet aan te geven dat er ingezet wordt op diversiteit en inclusie om er zo veel als mogelijk voor te zorgen dat iedereen zich gerespecteerd, veilig en gehoord voelt en iedereen met plezier kan leven in Arnhem.

Ondanks dat dit niet de focus van het onderzoek was en het materiaal op verzoek van de gemeente niet systematisch geanalyseerd is op dit punt, kwam uit de analyse van de groepsgesprekken naar voren dat toegankelijkheid van de communicatie ook een belangrijk aandachtspunt is als het gaat om inclusiviteit van de publiekscommunicatie van de gemeente Arnhem. De gemeente Arnhem zou meer aandacht kunnen hebben voor het consequent en volledig beschikbaar stellen van informatie in verschillende talen, letten op de vertaalbaarheid van tekst, op de webpagina's altijd de optie voor een groter lettertype aanbieden, alle video's voorzien van ondertiteling, beelden voorzien van onderschrift, aangeven hoe informatie ook via ander kanalen en media beschikbaar is en communiceren via welke verschillende kanalen men contact kan opnemen met de gemeente.

Tot slot, blijkt uit de analyse dat de gemeente de publiekscommunicatie nog inclusiever zou kunnen maken door ook aandacht te besteden aan de stijl waarin gecommuniceerd wordt met Arnhemmers. In de groepsgesprekken was de stijl van communiceren ook een aandachtspunt wat door deelnemers naar voren werd gebracht.
Kortom, op basis van de materiaalanalyse en de groepsgesprekken kan gesteld worden dat er in sommige publiekscommunicatie van de gemeente aandacht is voor inclusiviteit. Wordt met name gesignaleerd dat de gemeente al aandacht besteedt aan diversiteit en representatie. Kan tegelijk geconcludeerd worden dat de publiekscommunicatie nog verbeterd moet worden wil deze inclusief zijn binnen *verschillende categorieën van communicatie*, zoals veel gebruikte communicatie van de gemeente websites, campagnes en bewonerscommunicatie. De analyse laat zien dat het daarbij belangrijk is de verschillende dimensies van inclusieve communicatie samen in ogenschouw te nemen en ook consequent aandacht uit te laten gaan naar de dimensies woord- en terminologiegebruik, stereotypering en expliciete aandacht voor inclusie en anti-discriminatie.

Op basis van de analyse worden in het volgende hoofdstuk suggesties en aanbevelingen gedaan die de gemeente mee kan nemen in de vervolgaanpak voor het bevorderen van inclusieve gemeentelijke communicatie.

# 7 Suggesties en aanbevelingen

Op basis van de in het vorige hoofdstuk gepresenteerde conclusies, worden in dit hoofdstuk concrete suggesties en aanbevelingen gedaan die de gemeente mee kan nemen in de vervolgaanpak voor het bevorderen van inclusieve gemeentelijke communicatie. We doen suggesties en aanbevelingen op twee niveaus: het niveau van context en randvoorwaarden waarbij het gaat om wat er nodig is rondom communicatie wil deze inclusief zijn en blijven, en het niveau van actie en uitvoering waarbij de focus ligt op hoe er op het moment van creëren van communicatiemateriaal gezorgd kan worden dat inclusiviteit in het vizier blijft.

## Suggesties en aanbevelingen op het niveau van context en randvoorwaarden

- **Onderzoek het eigen perspectief.** Inclusief communiceren begint bij bewustwording. De bevindingen van dit onderzoek laten zien dat een deel van het publiekscommunicatiemateriaal al inclusief is op een aantal punten. Echter, de bevindingen laten ook zien waar nog ruimte voor verbetering is. Inclusiviteit begint bij het onderzoeken van het eigen perspectief en het bewust worden van de eigen blinde vlekken. Aan de hand van het onderzoeken hiervan kan geïnventariseerd worden welke perspectieven missen en gezocht worden naar manieren om deze aan te vullen dan wel te veranderen. Een mogelijke stap daarin die kan bijdragen aan dit proces is training van (communicatie) medewerkers in diversiteit en inclusie.

- **Stimuleer een organisatiecultuur waarin continue vragen gesteld kunnen worden over diversiteit en inclusie.** De gemeente Arnhem geeft aan toe te willen werken naar een inclusievere gemeentelijke communicatie. Dit onderzoek is één van acties die de gemeente heeft uitgezet in dit proces. Bij het werken aan inclusiviteit gaat het echter om een continue leer- en verander-proces waarin we onszelf en ook de ander steeds moeten blijven bevragen op waarom we de dingen doen zoals we ze doen, waarom we bepaalde woorden, verhalen of beelden gebruiken, welke andere mogelijke perspectieven of zienswijzen er nog zijn en of we die door onze keuzes niet uitsluiten. Daarbij moeten we onszelf ook blijven afvragen hoe we ons verhouden tot de ook steeds veranderende context waarin we ons bevinden. Gezien bij actieonderzoek ook veranderen, leren en kennisontwikkeling hand in hand gaan, is een suggestie om de cyclus van vier fases van actieonderzoek, reflectie, plannen, actie, observatie als leidraad te nemen in het toewerken naar inclusiviteit in communicatie.[12]

- **Maak een stijlgids inclusieve communicatie die consequent gebruikt en continu geactualiseerd wordt.** De bevindingen uit dit onderzoek laten zien dat de gemeente nog niet consequent is in het hanteren van woorden en terminologie. Een voorbeeld hiervan is gender neutraal schrijven. Het advies is een gemeentelijke stijlgids of vergelijkbaar document op te stellen. Het is raadzaam een stijlgids te ontwikkelen op basis van een gemeentelijke visie en missie diversiteit en inclusie. In een dergelijke gids wordt aangegeven welke termen de gemeente gebruikt en op basis van welke kennis dit gedaan wordt. Het in de bijlage 1 toegevoegde document 'Overzicht inclusieve terminologie' kan eventueel gebruikt worden als een aanzet hiertoe.

12 Zoals beschreven door ZonMW (z.d.) gaat bij actieonderzoek veranderen, leren en kennisontwikkeling ook hand in hand. Zie ZonMW (z.d.) Handreiking actieonderzoek, opgehaald van: Wat is actieonderzoek? - ZonMw Digitale Publicaties.

- **Blijf in continue dialoog met verschillende sociale groepen in Arnhem.** Uit de groepsgesprekken met Arnhemmers kwam naar voren dat dialoog en uitwisseling met de gemeente gewaardeerd wordt. Het betrekken van personen uit verschillende sociale groepen over thema's als communicatie is noodzakelijk voor verandering. De suggestie zou zijn structureel in een klankbord- of werkgroep gemeentelijk communicatiemateriaal te toetsen op inclusiviteit. Het advies is dit te doen voor zowel het materiaal dat met de thema's diversiteit en inclusie te maken heeft als het materiaal dat niet direct met de thema's diversiteit en inclusie te maken heeft.

- **Wees expliciet over de visie en missie van de gemeente.** Uit dit onderzoek komt naar voren dat de gemeente zelden expliciet de visie en missie rondom diversiteit en inclusie formuleert. Doordat er in de communicatie van de gemeente geen expliciete aandacht is voor inclusie en anti-discriminatie, blijven mechanismen die onderliggend zijn aan uitsluiting zoals racisme en discriminatie op basis van nationaliteit, geloof, huidskleur en/of afkomst onbenoemd. Dit kan leiden tot een kleurenblinde benadering van diversiteit en inclusie en kan ervoor zorgen dat vormen van uitsluiting zoals racisme en discriminatie over het hoofd gezien worden. Het advies aan de gemeente is de visie en missie van de gemeente over diversiteit uit te dragen in alle communicatie. Belangrijk hierbij is ook de ethische- en juridische aspecten van diversiteit en inclusie te benoemen door expliciet aan te geven dat er ingezet wordt op diversiteit en inclusie om ervoor te zorgen dat iedereen in de gemeente zich gerespecteerd, welkom, veilig en gehoord voelt.

- **Heb aandacht voor de meervoudigheid van identiteiten en intersectionaliteit wanneer gedacht wordt aan publiek waarnaar gecommuniceerd wordt.** Uit dit onderzoek blijkt dat er in het communicatiemateriaal van de gemeente maar in zeer beperkte mate aandacht is voor representatie van meerdere sociale identiteiten in één persoon (bijvoorbeeld iemand van kleur met een beperking) en de betekenis die dat kan hebben in iemands leven (intersectionaliteit). Ten eerste is dit belangrijk voor mensen om zichzelf gerepresenteerd te zien en om stereotypering tegen te gaan. Ten tweede is aandacht voor de meervoudigheid van identiteiten en intersectionaliteit ook belangrijk voor het vormen van de inhoud en richting van acties voor communicatie en ander beleid. Wat bijvoorbeeld voor jonge Arnhemmers met een migratieachtergrond werkt, hoeft juist niet te werken voor de oudere Arnhemmers met een migratieachtergrond.

### Suggesties en aanbevelingen op het niveau van actie en uitvoering

- **Houd alle materiaal tegen het licht van diversiteit en representatie.** Terwijl uit dit onderzoek blijkt dat er in een deel van het communicatiemateriaal al diversiteit en representatie terug te zien is, komt ook naar voren dat dat nog niet consequent en niet altijd op een inclusieve manier gebeurt. Het advies aan de gemeente is er alert op te blijven of Arnhemmers met verschillende achtergrondkenmerken, eigenschappen en behoeften gerepresenteerd worden en wanneer en hoe dit gedaan wordt. Geef diversiteit en representatie dus ook een plek door mensen met een migratieachtergrond, mensen uit de LHBTQI+ gemeenschap en mensen met een beperking te representeren in relatie tot onderwerpen die niet gaan over het hebben van een migratieachtergrond, onderdeel zijn van de LHBTQI+ gemeenschap of het hebben van een beperking. Op deze manier kan de gemeente ook beter recht doen aan intersectionaliteit en de verschillende deel-identiteiten en vormen van discriminatie die inwoners ervaren.

- **Ga actief op zoek andere perspectieven, verhalen en beelden.** Authenticiteit van verhalen en beelden wordt als belangrijk punt aangedragen door de Arnhemmers die voor dit onderzoek gesproken zijn. Om nog meer ruimte te bieden aan diversiteit en representatie is het advies aan de gemeente actief op zoek te gaan naar meer diversiteit en representatie in perspectieven, verhalen en beelden. Om tot andere perspectieven en verhalen te komen kan de gemeente niet alleen bouwen op het al bestaande netwerk, maar zullen ook nieuwe netwerken opgebouwd moeten worden.

- **Houd alle materiaal tegen het licht van de dimensie stereotypering.** Uit het onderzoek blijkt dat, hoewel de gemeente in sommige materialen al mensen uit verschillende sociale groepen representeert, dat ook nog op een stereotyperende manier gebeurt. Aandacht voor stereotypering in communicatie is belangrijk, des te meer omdat er nog weinig mensen met een migratieachtergrond, personen uit de LHBTQI+ gemeenschap en mensen met een beperking zichtbaar zijn in de communicatiematerialen van de gemeente. Hierdoor valt het extra op dat wanneer het wel gebeurt, dit op een stereotype en anderszins problematische wijze gebeurt. Daarom het advies aan de gemeente om bij keuze van casussen, verhalen of beelden continu vragen te stellen als: Is de casus, het verhaal of beeld stereotype? Wordt er impliciet een bepaalde norm gesteld (bijv. "Nederlands", "valide") waardoor bepaalde mensen zich geen deel voelen? Wordt er gecommuniceerd vanuit een deficit perspectief waarin verwezen wordt naar de achterstand en hulpbehoevendheid van bepaalde personen of sociale groepen zonder dat er omstandigheden of structurele factoren genoemd worden die er (mede) voor zorgen dat zij in achtergestelde positie verkeren.

- **Zet in op contra-stereotypering.** Daar waar diversiteit en representatie gevonden is in het communicatiemateriaal van de gemeente, zijn nog weinig contra-stereotypen gesignaleerd. Het advies aan de gemeente is dan ook actief op zoek te gaan naar contra-stereotype verhalen en beelden en deze een plek te geven in de communicatie. Doel van het actief op zoek gaan contra-stereotype verhalen en beelden is, met respect en ruimte voor álle Arnhemmers, balans aan te brengen in de communicatie opdat al deze burgers zich gezien en welkom voelen. Ook hier: om tot contra-stereotype verhalen en beelden te komen kan de gemeente niet alleen bouwen op het al bestaande netwerk, maar zullen ook nieuwe netwerken opgebouwd moeten worden.

- **Laat diversiteit op een intersectionele manier zien in communicatiemateriaal.** Aansluitend op het vorige punt komt uit het onderzoek naar voren dat (personen uit) bepaalde sociale groepen nog voornamelijk gerepresenteerd worden bij thema's die hem vanwege zichtbare kenmerken aangaan. Het advies is echter op een intersectionele manier over Arnhemmers te communiceren door aandacht te besteden aan verschillende dimensies van identiteit die binnen één persoon bestaan. Naast aandacht voor etniciteit, beperking, genderidentiteit en seksuele oriëntatie zou daar ook aandacht moeten zijn voor aspecten als leeftijd en opleiding.

- **Bekijk verschillende materialen over een onderwerp of van een campagne ook in samenhang.** De uitkomsten van dit onderzoek wijzen ook uit dat het, bij aandacht voor stereotypering in de publiekscommunicatie, belangrijk is om naast de boodschap van een stuk communicatiemateriaal, ook verschillende materialen over een onderwerp of campagne samen onder de loep te nemen. Soms spreekt er uit een bepaald stuk materiaal een bepaald beeld wat betreft inclusiviteit, maar komt dat in een ander daglicht te staan als dit materiaal bekeken wordt tegelijk met ander materiaal. Een bepaald stereotype komt soms pas naar voren als het materiaal in zijn geheel bekeken wordt.

- **Gebruik onzijdig taalgebruik.** Opdat alle Arnhemmers zich herkennen in communicatie zou consequent onzijdige taal gebruikt moeten worden. De bevindingen van dit onderzoek wijzen uit dat dat nog niet overal en consequent gebeurt.

- **Zorg er voor dat álle activiteiten en faciliteiten die georganiseerd worden door de gemeente of waarbij de gemeente betrokken is expliciet welkom, toegankelijkheid en niet-discriminatie communiceren richting álle Arnhemmers.** Uit dit onderzoek komt naar voren dat de gemeente zelden expliciet de visie en missie rondom diversiteit en inclusie formuleert. Ook komt uit de bevindingen naar voren dat de gemeente bij activiteiten vaak niet

expliciet aangeeft voor wie deze georganiseerd zijn en hoe er voor toegankelijkheid wordt gezorgd voor iedereen of specifieke sociale groepen. Uit de gesprekken met Arnhemmers blijkt dat dit ervoor zorgt dat zij zich soms niet welkom voelen waardoor zij er voor kiezen niet te participeren. Op basis hiervan is het advies aan de gemeente er voor te zorgen dat bij álle activiteiten en faciliteiten die georganiseerd worden door de gemeente of waarbij de gemeente betrokken is expliciet gecommuniceerd wordt voor wie deze bedoeld zijn en hoe er wordt gezorgd voor toegankelijkheid.

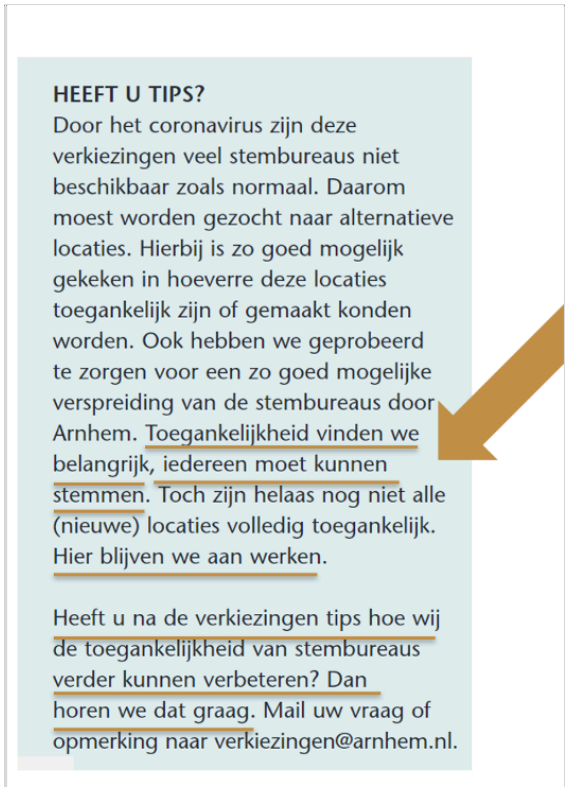
- **Zorg, in afstemming met andere programma's en afdelingen, dat communicatie voor alle Arnhemmers toegankelijk en verwelkomend is.** Ondanks dat dit niet de focus van het onderzoek was en het materiaal op verzoek van de gemeente niet systematisch geanalyseerd is op dit punt, kwam uit de analyse van de groepsgesprekken naar voren dat toegankelijkheid en stijl ook een belangrijk aandachtspunt is als het gaat om inclusiviteit van de publiekscommunicatie van de gemeente Arnhem. Er zou, in afstemming tussen programma's en afdelingen, vanuit de gemeente meer aandacht uit kunnen gaan naar het consequent en volledig beschikbaar stellen van informatie in verschillende talen, letten op de vertaalbaarheid van tekst, op de webpagina's altijd de optie voor een groter lettertype aanbieden, alle video's voorzien van ondertiteling, beelden voorzien van onderschrift, aangeven hoe informatie ook via ander kanalen en media beschikbaar is en communiceren via welke verschillende kanalen men contact kan opnemen met de gemeente. Aanvullend zou de publiekscommunicatie ook inclusiever kunnen maken door ook aandacht te besteden aan de stijl waarin gecommuniceerd wordt. Zou samen met Arnhemmers onderzocht kunnen worden hoe de communicatie nu qua stijl op hen overkomt en waar aanpassingen nodig zijn opdat iedereen zich erkend, gelijkwaardig en gerespecteerd voelt.

- **Wees open over het proces.** De gemeente Arnhem geeft aan te streven naar een Arnhemse samenleving waarbij iedereen, ongeacht culturele achtergrond, levensbeschouwing, seksuele oriëntatie, beperking en/of chronische ziekte, leeftijd en geslacht meedoet en gelijke kansen ervaart. Ook stelt de gemeente de afgelopen vijf jaar verschillende stappen gezet te hebben in het inclusiever maken van de stad en de gemeente [13]. Een aantal Arnhemmers waarmee gesproken is in het kader van dit onderzoek herkent dat de gemeente inclusiviteit op de agenda heeft staan. Tegelijk bleek uit het onderzoek dat in het publiekscommunicatiemateriaal van de gemeente weinig expliciet aandacht is voor inclusie en anti-discriminatie. Ook in de groepsgesprekken brachten meerdere Arnhemmers in dat zij meer zouden willen terugzien dat de gemeente met dit onderwerp bezig is. Meer openheid over het proces en de zoektocht zouden gewaardeerd worden. Het advies aan de gemeente Arnhem voor de vervolgaanpak voor het bevorderen van inclusieve communicatie zou dan ook zijn zich in dit proces meer open en kwetsbaar op te stellen. Communiceer met de Arnhemmers over het zoek- en ontwikkelproces waar de gemeente in zit wat dit betreft. De gemeente zou expliciet aan kunnen geven dat zij lerende is en dat zij Arnhemmers uitnodigt voor meedenken in, en feedback en kritiek geven op dit proces. Deze openheid zou goed aansluiten bij de intentie van de gemeente zoals geformuleerd in het Uitvoeringsplan Inclusief Arnhem 2020-2022: "Arnhem streeft deze [inclusieve] maatschappij van harte na, maar we realiseren ons dat we er nog niet zijn. Dit kunnen we niet alleen, daar hebben we de kennis, ervaring en inzet van inwoners en partners bij nodig."

13 Uitvoeringsplan Inclusief Arnhem 2020-2022, p.4.

Een artikeltje in de Arnhemse Koerier over de toegankelijkheid van stembureaus in de editie van 13 maart 2022 wordt beschouwd als een goed voorbeeld. In dit artikeltje geeft de gemeente expliciet aan dat de gemeente met dit onderwerp bezig is, maar dat ze weten dat ze daar nog niet klaar mee zijn. Arnhemmers worden uitgenodigd om de gemeente feedback en tips te geven om de dienstverlening te verbeteren op dit punt.

**Figuur 25** *Arnhemse Koerier, editie 23 maart 2022*



**HEEFT U TIPS?**
Door het coronavirus zijn deze verkiezingen veel stembureaus niet beschikbaar zoals normaal. Daarom moest worden gezocht naar alternatieve locaties. Hierbij is zo goed mogelijk gekeken in hoeverre deze locaties toegankelijk zijn of gemaakt konden worden. Ook hebben we geprobeerd te zorgen voor een zo goed mogelijke verspreiding van de stembureaus door Arnhem. Toegankelijkheid vinden we belangrijk, iedereen moet kunnen stemmen. Toch zijn helaas nog niet alle (nieuwe) locaties volledig toegankelijk. Hier blijven we aan werken.

Heeft u na de verkiezingen tips hoe wij de toegankelijkheid van stembureaus verder kunnen verbeteren? Dan horen we dat graag. Mail uw vraag of opmerking naar verkiezingen@arnhem.nl.

# Literatuur


1. Raadsbrief 30-6-2020, zie ook https://allecijfers.nl/gemeente/arnhem

2. Siebers, H. (2019). *Naar een diverse organisatie van de gemeente Arnhem.* Verbeterruimte in gelijke kansen en inclusie van diverse medewerkers. Onderzoeksrapport: Towards a diverse organisation of the municipality of Arnhem. Room for improvement in equal chances and inclusion of diverse employees. Research report.

3. Uitvoeringsplan Inclusief Arnhem 2020-2022, p.4.

4. Uitvoeringsplan Inclusief Arnhem 2020-2022

5. Van Dijk, T. A., & Dijk, T. A. (1993). *Elite discourse and racism* (Vol. 6). Sage.

6. Monitor discriminatiezaken 2020. (2020). College voor de rechten van de mens. Utrecht. Geraadpleegd via: https://mensenrechten.nl/nl/publicatie/607f92051e0fec037359cb27

7. Vonk, R. (2002). Effects of stereotypes on attitude inference: Outgroups are black and white, ingroups are shaded. *British Journal of Social Psychology, 41*(1), 157-167

8. Nesdale, D. (2001). Language and the development of children's ethnic prejudice. *Journal of Language and Social Psychology, 20*(1-2), 90-110.

9. Woolfolk, A. E., Hoy, A. W., Hughes, M., & Walkup, V. (2008). *Psychology in education.* Pearson Education. p. 198

10. Devine, P. (1989). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. Journal of Personality and Social Psychology, 56, 5–18.; Dovidio, J., Evans, N. & Tyler, R. (1986). Racial stereotypes: The contents of their cognitive representations. *Journal of Experimental Social Psychology,* 22(1), 22-37;

11. Van Dijk (zd) *Discourse and racism.* Opgehaald van: Discourse and racism.pdf (discourses.org) 1 maart 2021

12. Van Dijk, T. A., & Dijk, T. A. (1993). *Elite discourse and racism* (Vol. 6). Sage.

13. Woolfolk, A. E., Hoy, A. W., Hughes, M., & Walkup, V. (2008). *Psychology in education. Pearson Education.* p. 197.

14. American Psychological Association. (2021). Inclusive language guidelines. https://www.apa.org/about/apa/equity-diversity-inclusion/language-guidelines.pdf

15. Woolfolk, A. E., Hoy, A. W., Hughes, M., & Walkup, V. (2008). *Psychology in education*. Pearson Education. p. 197.

16. Voor empirisch onderzoek in Nederland naar stereotypen en vooroordelen gerelateerd aan etniciteit en religie zie bijv. Velasco González, K., Verkuyten, M., Weesie, J., & Poppe, E. (2008). Prejudice towards Muslims in the Netherlands: Testing integrated threat theory. *British journal of social psychology, 47*(4), 667-685.

17. Voor empirisch onderzoek in Nederland naar stereotypen en vooroordelen gerelateerd aan gender zie bijv. Derksen, L. M. (2015). Talent viewer: evaluation of a project aimed at breaking down (gender) stereotypes about STEM and STEM-talents in primary schools in the Netherlands. *International Journal of Gender, Science and Technology, 8*(1), 144-156.

18. Voor empirisch onderzoek in Nederland naar stereotypen over gender en seksuele diversiteit onder jongeren en LHBT zie bijv. Dankmeijer, P; Schouten, M. (2013). Mietjes moeten we niet. Stereotypen over gender en seksuele diversiteit onder jongeren en homo's, lesbiennes en biseksuelen in Nederland. Amsterdam: EduDivers. En in relatie tot biseksualiteit zie bijv.: Cense, M., Joemmanbaks, F., ven Bergen, D., (ZD) Ik was altijd al niet standaard: kwalitatief onderzoek naar de beleving van bi+ volwassenen. Bi+ onderzoeksconsortium.

19. Voor empirisch onderzoek in Nederland naar stereotypen over mensen met een beperking zie bijv. Pelleboer-Gunnink, H., van Weeghel, J., Embregts, P. J. C. M. (2021) Public stigmatisation of people with intellectual disabilities: a mixed-method population survey into stereotypes and their relationship with familiarity and discrimination, Disability and Rehabilitation, 43:4, 489-497.

20. Mesman, J., van de Rozenberg, T., & van Veen, D. (2019). Representatie en stereotypering van vrouwen en mannen in schoolboeken voor de brugklas. Universiteit Leiden.

21. American Psychological Association. (2021). Inclusive language guidelines. https://www.apa.org/about/apa/equity-diversity-inclusion/language-guidelines.pdf

22. Taouanza, I., Felten, H., Keuzenkamp, S. (2016). *Werkt het aangaan van dialoog?* Onderzoek naar de effectiviteit van dialoogbijeenkomsten tegen vooroordelen en stereotyperingen. Kennisplatform Integratie en Samenleving. Utrecht.

23. Eagly, A. H. & Wood, W. (2012). Social role theory. In P. van Lange, A. Kruglanski & E. T. Higgins (Eds.), Handbook of Theories in Social Psychology (pp. 458–476). Thousand Oaks, CA: Sage Publications; Wood, W. & Eagly, A. H. (2012). Biosocial Construction of Sex Differences and Similarities in Behavior. In J. M. Olson & M. P. Zanna (Eds.), Advances in Experimental Social Psychology 46, (pp.55-123). London, UK: Elsevier.

24. Galdi, S., Cadinu, M. & Tomasetto, C. (2014). The roots of stereotype threat: When automatic associations disrupt girls' math performance. *Child Development, 85*(1), 250–263.

25. Miller, D. I., Eagly, A. H. & Linn, M. C. (2014). Women's representation in science predicts national gender-science stereotypes: Evidence from 66 nations. Journal of Educational Psychology, http://dx.doi.org/10.1037/edu0000005

26. Felten, H., Does, S., De winter Koçak, S., Asante, A., Andriessen, I., Donker, R., en Brock, A. (2021). Institutioneel racisme in Nederland: Literatuuronderzoek naar de aanwijzingen voor institutioneel racisme op de domeinen arbeidsmarkt, woningmarkt, onderwijs en politie. Kennisplatform Integratie en Samenleving. Utrecht.

27. Wikipedia-bijdragers. (2021, 24 januari). Heteronormativiteit. Wikipedia. Geraadpleegd op 2 juni 2022, van https://nl.wikipedia.org/wiki/Heteronormativiteit

28. Darrow, A. A. (2015). Ableism and social justice. The Oxford handbook of social justice in music education, 204-220.

29. Smith L. Ableism. Center for Disability Rights. n.d. http://cdrnys.org/blog/uncategorized/ableism (accessed April 26, 2020).;

30. Kusters, J., Millner, M. A., Omelyanovskaya, K., Tangerli, M. M., Laszewska, A., & van Kessel, R. (2021). Addressing ableism in inclusive education policies:

a policy brief outlining Italy, Poland, the Netherlands and the United Kingdom. South Eastern European Journal of Public Health (SEEJPH).

31. Crenshaw, K. W. (2017). *On intersectionality: Essential writings.* The New Press.

32. General principles for reducing bias. (2019b, september). https://Apastyle.Apa.Org. Geraadpleegd op 2 juni 2022, van https://apastyle.apa.org/style-grammar-guidelines/bias-free-language/general-principles

33. Van LHBTI naar lhbti+. (2022, 28 februari). Movisie. Geraadpleegd op 2 juni 2022, van https://www.movisie.nl/artikel/lhbti-naar-lhbti?utm_campaign=MovisieMail&utm_content=03032022&utm_source=Nieuwsbrief&utm_medium=email

34. Haelle, T. (2019, 31 juli). Identity-first vs. person-first language is an important distinction. Association of Health Care Journalists. Geraadpleegd op 2 juni 2022, van https://healthjournalism.org/blog/2019/07/identity-first-vs-person-first-language-is-an-important-distinction/

35. Van de Beek, A. (2022, 15 april). "Noem mij maar een autist". OneWorld. Geraadpleegd op 2 juni 2022, van https://www.oneworld.nl/lezen/opinie/noem-mij-maar-een-autist/

36. Egan, L. (2014, 7 oktober). I'm Not a Person with a Disability. I'm an Disabled Person. Everyday Feminism. Geraadpleegd op 2 juni 2022, van https://everydayfeminism.com/2012/12/im-not-a-person-with-a-disability/

37. Felten, H., Cadat-Lampe, M., Does, S. Een ogenschijnlijke paradox: om racisme aan te pakken moet je niet kleurenblind zijn. (2022, 25 januari). Kennisplatform Inclusief Samenleven. Geraadpleegd op 2 juni 2022, van https://www.kis.nl/artikel/een-ogenschijnlijke-paradox-om-racisme-aan-te-pakken-moet-je-niet-kleurenblind-zijn

38. de Bruijn, Y., Emmen, R. A., & Mesman, J. (2021). Navigating diversity: Maternal ideologies and associations with child interethnic prejudice in the Netherlands. *Social Development.*

39. Ghorashi, H. (2006). Paradoxen van culturele erkenning: Management van diversiteit in nieuw Nederland. Tijdschrift voor Genderstudies, 9(4).

40. Agirdag, O., & Merry, M. S. (2020, 8 december). Didactief | Ga weg met die achterstanden. Didactief. Geraadpleegd op 2 juni 2022, van https://didactiefonline.nl/artikel/ga-weg-met-die-achterstanden

41. Cordivano, S. (2021, 12 december). Inclusive Communication: Three Principles - Sarah Cordivano. Medium. Geraadpleegd op 2 juni 2022, van https://medium.com/sarah-cordivano/inclusive-communication-three-principles-cb8dbb6361cd

42. Terminologie inclusieve communicatie. (2022, 2 februari). Kennisplatform Inclusief Samenleven. Geraadpleegd op 2 juni 2022, van https://www.kis.nl/terminologie-inclusieve-communicatie

43. Van Hal, L., Hermes, J., Koch, K., Yilmaz, C. (2019) Kompas voor inclusieve communicatie. Kennisplatform Integratie & Samenleving: http://www.kis.nl. Utrecht.

44. Challouki, H. (2021). Inclusieve communicatie (1ste editie). Pelckmans.

# Bijlage 1 Overzicht inclusieve terminologie

Hieronder delen we een overzicht van huidige kennis omtrent inclusieve terminologie daar waar het gaat om verwijzing naar personen met een beperking, personen met een LHBTQI+ identiteit en personen met een migratieachtergrond. Dit overzicht is voortgekomen uit de literatuurverkenning die voor dit onderzoek is uitgevoerd. Het overzicht is opgesteld aan de hand van het bestuderen van checklists en andere documenten van organisaties die zich bezighouden met inclusie en inclusieve communicatie, specifiek in relatie tot de drie sociale groepen die in dit onderzoek centraal staan.

In deze documenten wordt beschreven wat wenselijke termen en aandachtspunten zijn om communicatie inclusief te maken.

Belangrijk om hier te noemen: het streven naar inclusieve communicatie gaat gepaard met het accepteren dat taal met de tijd verandert en in verschillende contexten verschillend betekenis gegeven wordt. Individuen binnen groepen kunnen ook anders denken over en omgaan met de benamingen die ze gebruiken (32). Voor veel termen bestaan argumenten vóór en tegen (33). Het overzicht van termen wat voor dit onderzoek gebruikt is, is daarom de richtlijn die wij op basis van huidige kennis en context in Nederland aanhouden. Tegelijk zal dit overzicht continu kritisch beschouwd en aangepast moeten worden in overleg met de mensen over wie het gaat.

## Inclusieve terminologie / LHBTQI+

| Bron | Link naar bron | Jaar | Oorsprong | Gewenste termen | Ongewenste termen | Aandachtspunten |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 'Woorden doen ertoe' | https://www.tropenmuseum.nl/sites/default/files/2018-09/WordsMatter_DEF_Totale_PDF_NL_0.pdf | 2018 | Bron is niet afkomstig van personen uit de groep zelf | 'LGBTQIA (Lesbisch, Gay, Biseksueel, Transgender, Queer, Interseks, Aseksueel)' | 'Homoseksueel' | ' L wordt vaak vóór de G/H in afkortingen zoals LHBTQI gezet om te erkennen dat lesbische mensen lang niet waren en worden erkend vanwege seksistische structuren.' |
| | | | | 'Lesbisch' | 'Travestiet (voor verwijzing naar transgender mensen, het woord kan wel gebruikt worden voor crossdressers, hoewel de term crossdressers wel dan de voorkeur heeft)' | 'LGBTQIA – Deze afkorting wordt nog bekritiseerd vanwege de westerse oriëntatie, er zijn verschillende vormen van seksuele- en genderdiversiteit in verschillende inheemse contexten die niet vallen onder de identiteiten die worden benoemd.' |
| | | | | 'Een persoon met een intersekse-conditie/een intersekse persoon' | | |
| | | | | 'Gay' | 'Homo' | |
| | | | | 'Biseksueel' | | |
| | | | | 'LGB (voor seksuele diversiteit en een afkorting voor 'Lesbisch, Gay en Biseksueel')' | | |
| | | | | 'GSD (Een afkorting voor 'gender and sexuality diversity')' | | |
| | | | | 'Trans/ transgender' | | |
| | | | | 'Trans*' | | |
| | | | | 'Gender niet-conform' | | |
| | | | | 'Aseksueel' | | |
| | | | | 'Queer (niet zozeer alleen voor LHBT personen maar deze term wordt ook vaak gebruikt door mensen met niet-normatief seksueel gedrag, zoals polyamorie – Queer is een term die vaak alleen binnen de gemeenschap zelf gebruikt dient te worden) | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | 'Non-binair' | | |
| 'Waarden voor nieuwe taal' | https://codedi.nl/wp-content/uploads/2021/04/WAARDEN_VOOR_EEN_NIEUWE_TAAL.pdf | 2020 | Bron is niet afkomstig van personen uit de groep zelf maar is wel geschreven met inhoudelijke advisering van iemand uit de groep zelf. | 'Genderneutraliteit in aanhef (beste mensen, deelnemers) en vacatures (x/v/m in plaats van m/v)' | 'Hij/zij of hem/haar' | 'Gebruik van de afkorting LHBTIQ+ in contexten waar het niet gaat om alle seksuele- en genderdiversiteit toont aspecifciteit. De term LGBTIQ'er wordt daarom ook afgeraden.' |
| | | | | 'Onzijdig voornaamwoorden of 'die persoon' in verwijzingen' | 'Niet-hetero' | 'Gender is geen 'gevoel'. Daarom: Iemand voelt zich niet een man, maar is een man.' |
| | | | | 'Homoseksueel' | 'Transvrouw of transman (Alternatief is trans vrouw of trans man) | |
| | | | | 'Cisgender en transgender vrouw (paralelle benaming)' | | |
| | | | | 'Non-binair: Paraplubegrip voor mensen die zich niet aan de binaire gendernorm conformeren en/of deze overstuigen. Voor specificatie, gebruik de specifieke gender - genderqueer, agender, genderfluide, bigender. Gender-nonconform en non-binair kunnen ook termen zijn waar mensen zich compleet mee identificeren, er hoeft dus niet een specifiekere term te zijn' | | 'Er bestaat geen consensus over de opbouw van de afkorting. Zo gebruiken sommigen het kortere acroniem LHBTI en anderen een langere, zoals LHBTIQASP. Het plusteken in LHBTIQ+ wordt door sommige personen als kwetsend ervaren.' |
| | | | | 'Queer' | | |
| | | | | 'Transgender man of vrouw' | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 'Regenboog taaltips' | https://www.amsterdam.nl/schrijfwijzer/regenboogtips-lhbti/document/ | 2018 | Bron is niet afkomstig van personen uit de groep zelf maar is wel geschreven met inhoudelijke advisering van iemand uit de groep zelf. | 'Lhbtiq+-personen' | 'Homoseksuele Arnhemmer (in contexten van meer seksuele diversiteit)' | - |
| | | | | 'Roze of regenboog (roze ouderen, regenboogsteden)' | 'Lhbtiq+'s' | |
| | | | | 'Lesbische vrouw in plaats van lesbienne' | 'Seksuele identiteit / seksuele voorkeur' | |
| | | | | 'Seksuele oriëntatie / seksuele gerichtheid / seksuele geaardheid' | 'Een biseksueel / een homoseksueel / een transgender - 'een' is denigrerend' | |
| | | | | 'Trans - een trans Arnhemmer' | 'Transseksueel' | |
| | | | | 'Bij geboorte gezien/geregistreerd als meisje/jongen' | 'Geboren als meisje / jongen' | |
| | | | | 'Intersekse persoon/man/vrouw' | 'Interseksueel' | |
| | | | | | 'Homohuwelijk ( wel: burgerlijk huwelijk / huwelijksgelijkheid)' | |
| | | | | | 'Gay pride ( wel: pride )' | |
| 'Inclusive communication in the GSC' | https://www.consilium.europa.eu/media/35446/en_brochure-inclusive-communication-in-the-gsc.pdf | 2018 | Het is niet bekend of de bron afkomstig is van personen uit de groep zelf | 'Gebruik genderneutrale termen waar mogelijk' 'Vermijd persoonlijk voornaamwoorden waar mogelijk.' | 'Een transgender' | - |
| 'ESN Inclusive Communication Guide' | https://issuu.com/esnint/docs/esn_inclusive_communication_manual | 2020 | Het is niet bekend of de bron afkomstig is van personen uit de groep zelf | - | - | 'Positieve' stereotypen zijn ook kwetsend' |
| | | | | | | 'Beschrijf seksuele oriëntatie niet als een lifestyle' |
| 'Zo spreek je transgender personen op de juiste manier aan' | https://www.oneworld.nl/lezen/seks-gender/lhbti/zo-spreek-je-transgender-personen-op-de-juiste-manier-aan/ | 2020 | Bron is afkomstig van personen uit de groep zelf | 'Transgender' | 'Vermijd medische terminologie in contexten waar dit niet relevant is. Voorbeelden zijn transseksueel, genderdysforie, genderincongruentie' | 'PFL (Person-first language) vs IFL (Identity-first language): Genderneutrale voornaamwoorden hebben de voorkeur. Wel zijn er vaak sterke persoonlijke voorkeuren, gebruik de voornaamwoorden die personen aangeven. |
| | | | | 'Trans(gender) man of trans(gender) vrouw' | 'Omgebouwd' | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | 'Hen of die/hen/hun' | 'Transgenders' | 'Trans(gender) is een bijvoeglijk naamwoord, er moet dus een spatie na trans(gender), bijvoorbeeld transgender werknemer. Is iets van/gaat iets over trans mensen, dan is er geen spatie: Transgendergevoelens.' |
| | | | | 'Transgender personen' | 'Geboren als meisje/jongen' | |
| | | | | | 'Het voornaamwoord het (in plaats van hij/zij/hen)' | |
| | | | | | 'Transgenderisme' | |
| 'Toolkit Onnodige Sekseregistratie' | https://atria.nl/aanbod/toolkit-onnodige-sekseregistratie/ | 2020 | Bron is afkomstig van personen uit de groep zelf | - | - | 'Er is meer dan binair: niet iedereen herkent zich in de indeling 'man of vrouw' en voor deze mensen, zoals trans en intersekse personen, is deze registratie onprettig en onvrij.' |
| 'Intersectionaliteit in de praktijk' | https://www.emancipator.nl/wp-content/uploads/2019/09/Tien-Tips-Intersectionaliteit.pdf | 2019 | Bron is afkomstig van personen uit de groep zelf | - | - | 'Vermijd hokjes-denken. Gender is niet eenduidig en zelf-identificatie kan vaak verder gaan dan simpel 'man' of 'vrouw'. |
| 'Inclusieve communicatie - Richtlijnen en tips voor terminologie inclusief woordgebruik' | https://www.kis.nl/sites/default/files/5796/inclusieve_communicate_terminologie.pdf | Niet bekend | Het is niet bekend of de bron afkomstig is van personen uit de groep zelf | 'LHBTI' | 'LHBT' | - |
| | | | | 'LHBTI's' | 'LHBT'er' | |
| | | | | 'Gender non-conform' | | |
| | | | | 'Gender non-binair' | | |
| 'Zwart Manifest' | https://zwartmanifest.nl/begrippenlijst/ | 2021 | Het is niet bekend of de bron afkomstig is van personen uit de groep zelf | 'LHBTQIA+' | - | - |
| 'Het Genderdoeboek' | https://www.transgendernetwerk.nl/publicaties/genderdoeboek/ | 2017 | Bron is afkomstig van personen uit de groep zelf | 'Genderneutraliteit in aanhef' | - | 'Transgender is geen derde categorie naast man en vrouw.' |
| | | | | | | 'Gender en seksuele oriëntatie zijn twee verschillende kenmerken van een persoon, behandel en bevraag ze dan ook apart.' |

## Inclusieve terminologie / Migratieachtergrond

| Bron | Link naar bron | Jaar | Oorsprong | Gewenste termen | Ongewenste termen | Aandachtspunten |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 'Woorden doen ertoe' | https://www.tropenmuseum.nl/sites/default/files/2018-09/WordsMatter_DEF_Totale_PDF_NL_0.pdf | 2018 | Bron is niet afkomstig van personen uit de groep zelf | 'Mensen met een migratieachtergond' | 'Autochtoon en (westerse/ niet-westerse) allochtoon' | |
| | | | | 'Etnische minderheden' | 'Afkomst (is op zich geen controversiële term, maar de term wordt vaak gebruikt om aan iemand te vragen waar hij of zij geboren is/'echt' vandaan komt.)' | 'Wanneer etnische of migratieachtergrond er niet toedoet, dan dient deze niet benoemd te worden.' |
| | | | | 'Zwart' | 'Blank' | |
| | | | | 'Wit' | 'Gekleurd' | |
| | | | | 'Mensen van kleur' | | |
| | | | | 'Zwarte en niet-zwarte mensen van kleur' kan gebruikt worden, maar met voorzichtigheid' | | |
| | | | | 'Van gemengde afkomst/gemengd' | | |
| | | | | 'Inheems' | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 'Waarden voor nieuwe taal' | https://codedi.nl/wp-content/uploads/2021/04/WAARDEN_VOOR_EEN_NIEUWE_TAAL.pdf | 2020 | Bron is niet afkomstig van personen uit de groep zelf maar is wel geschreven met inhoudelijke advisering van iemand uit de groep zelf. | 'Persoon van kleur' | 'Niet-wit' | 'Gebruik Nederlandse termen in plaats van Engelse leenwoorden.' |
| | | | | 'Zwarte persoon' | 'Migrantenstromen (personen en bevolkingsgroepen als natuurverschijnselen)' | |
| | | | | 'Chinese-Nederlander (niet: Chinees)' | ' -problematiek, probleem- of -crisis, zoals vluchtelingencrisis of probleemwijken.' | |
| | | | | 'Ongedocumenteerd persoon' | 'Vluchteling of migrant - migratie en vlucht zijn momentopnames, wanneer iemand statushouder is, is die Nederlander' | |
| | | | | 'Statushouder | 'Allochtoon' | |
| | | | | 'Expat' | 'Bicultureel' | |
| | | | | 'Gemixt' | 'Nieuwkomer' | |
| | | | | 'West-Azië (niet: Midden-Oosten)' | 'Nieuwe Nederlander' | |
| | | | | '(...) een podium geven' | 'Blank' | |
| | | | | 'Oorspronkelijke bewoners, traditionele gebruikers' | 'Bruin/donker' | |
| | | | | | 'Meerbloed, dubbelbloed of halfbloed' | |
| | | | | | '(...) een stem/gezicht geven' | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 'Inheemse bewoners, inheemse gebruikers.' | |
| 'Zwart Manifest' | https://zwartmanifest.nl/begrippenlijst/ | 2021 | Bron is afkomstig van personen uit de groep zelf | 'Afro-Caribisch (voor Personen van Afrikaanse afkomst uit het Caribisch gebied)' | 'Alle woorden die 'zwart' als negatief kenmerk aannemen (Voorbeeld: Zwarte lijst, de bron gebruikt als vervanging rode lijst)<br>'Alle vormen van het n-woord (ook afgeleide woorden)' | 'Zwartheid is een transnationale politieke en culturele identiteit die door (vooral) mensen in de Afrikaanse diaspora gedeeld wordt. In de bron wordt de term Zwart met een hoofdletter geschreven om aan deze gedeelde culturele en politieke identiteit te refereren en het onderscheid te maken tussen het gebruik van de term als kleur of bijvoeglijk naamwoord.' |
| | | | | 'Afro-Nederlanders/Zwarte Nederlanders/Zwarte mensen' | 'Slaaf (in plaats van tot slaaf-gemaakt(e))' | |
| | | | | 'Persoon van kleur (er is een voorkeur voor de term 'Zwart persoon' boven 'persoon van kleur' - in contexten wanneer het specifiek gaat over Zwarte mensen of anti-Zwart racisme)' | 'Blank (in plaats van wit)' | |
| | | | | 'Niet-zwarte mensen van kleur' | | |
| 'Intersectionaliteit in de praktijk' | https://www.emancipator.nl/wp-content/uploads/2019/09/Tien-Tips-Intersectionaliteit.pdf | 2020 | Bron is afkomstig van personen uit de groep zelf | 'Persoon van kleur' | - | - |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Inclusieve communicatie - Richtlijnen en tips voor terminologie inclusief woordgebruik | https://www.kis.nl/sites/default/files/5796/inclusieve_communicate_terminologie.pdf | Niet bekend | Het is niet bekend of de bron afkomstig is van personen uit de groep zelf | 'Mensen met een migratieachtergrond' | 'Allochtoon' | 'Mensen met een Nederlandse Achtergrond/Mensen zonder migratieachtergrond: In beide gevallen past een toevoeging waarin staat: 'hiermee bedoelen wij mensen waarbij niet direct een migratieachtergrond te herleiden is'. Dit omdat het nadeel van het gebruik van 'mensen met een Nederlandse achtergrond' is dat Nederlanders met een migratieachtergrond vaak óók een Nederlandse achtergrond hebben en deze term niet als inclusief ervaren.' |
| | | | | 'Mensen met een Nederlandse achtergrond/ Mensen zonder Migratieachtergrond' | 'Autochtoon' | Gebruik parallelle vergelijkingen |
| | | | | 'Zwarte nederlanders en witte nederlanders (wanneer het gaat over machtsverschillen dan de kleur tussen aanhalingstekens, wanneer er wordt verwezen naar een zwart/wit persoon/ school niet)' | 'Migrantenjongeren (impliceert dat de jongeren zelf zijn gemigreerd) - Wel: jongeren met een migratieachtergrond' | |
| | | | | 'Diversiteitssensitief' | 'Migrantenachtergrond' | |
| | | | | 'Asielzoeker (voor dat iemand een verblijfstatus heeft)' | 'Afkomst/herkomst - Wel: achtergrond' | |
| | | | | 'Vluchteling/statushouder/ vergunninghouder. Wel hebben deze termen een negatieve connotatie, laatste twee zijn beleidstermen terwijl het om mensen gaat: Alternatief voor vluchteling = 'Mensen die asiel zoeken' of 'iemand met een vluchtelingenachtergrond' | 'Westers/niet-westers (specifieer op regio/land)' | |
| | | | | | 'Intercultureel/cultuur-sensitief' | |
| | | | | | 'Maatschappelijk kwetsbare migrantenouderen - Wel: ouderen in een kwetsbare positie' | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | ‘Ras (gevoelige term - afgeleide termen zijn minder gevoelig zoals racisme)’ | |
| | | | | ‘Marokkaanse-Nederlanders/ Nederlanders met een Marokkaanse achtergrond (specificering alleen waar het van belang is - volgorde is belangrijk)’ | ‘Migrantenzelforganisatie’ | ‘Bicultureel: heeft een verdeelde betekenis (wordt gebruikt in contexten van mensen met een migratieachtergrond maar soms ook specifiek in de context van een gemengd huwelijk) en is ook controversieel omdat het machtsverschil tussen de twee culturelen genegeerd wordt. - uitleg is nodig wanneer je deze term gebruikt.’ |
| ‘Kompas voor Inclusieve communicatie’ | https://www.kis.nl/sites/default/files/kompas-voor-inclusieve-communicatie.pdf | 2019 | Het is niet bekend of de bron afkomstig is van personen uit de groep zelf | - | ‘Migratieprobleem<br>‘Vluchtelingenstroom’<br>‘Vluchtelingencrisis’ | - |
| ‘MET DEZE KOLONIALE TAAL STOPPEN WE: OneWorld is klaar met neokoloniale woorden’ | https://www.oneworld.nl/lezen/politiek/met-deze-taal-stoppen-we/ | 2019 | Bron is afkomstig van personen uit de groep zelf | ‘Een podium bieden’ | ‘Een stem/een gezicht geven’ | ‘Etnisch: etniciteit wordt onterecht geassocieerd met primitiviteit. Met het woord is zelf niets mis maar neem het wel gelijk: ‘etnische Nederlanders’ als vervanging van bijvoorbeeld autochtone Nederlanders’ |
| | | | | ‘Versterken’ | ‘Empoweren/in je kracht staan of zetten’ | |
| | | | | ‘Oorspronkelijke bewoners - Oudste bewoners of traditionele gebruiken is accurater’ | ‘Inheemse bevolking/inheemse gebruiken’ | |
| | | | | ‘Regio, streek of omgeving’ | ‘Leefgebied’ | |
| | | | | ‘Onderdeel uitmaken van, verwant voelen met, horen bij. Of noem mensen gewoon wat ze zijn en specificeer hun gemeenschap.’ | ‘Lid van een stam’ | |
| | | | | ‘Gemarginaliseerde mensen’ | ‘Minderheden’ | |

# Bijlage 2 Overzicht materiaal

| Categorie | Titel | Subcategorie | Aantal Eenheden | Aantal Beelden |
|---|---|---|---|---|
| Veel gebruikte gemeentelijke producten en diensten | Afspraak Maken | Afspraak Maken https://www.arnhem.nl/algemeen/afspraak_maken (Pagina van Website) | 2 | - |
| | | Afspraak Maken Keuzemenu https://afspraak.arnhem.nl/serv (Pagina van Website) | | |
| | Legitimatie | Rijbewijs https://www.arnhem.nl/Inwoners/legitimatie/rijbewijs (Pagina van Website) | 4 | 1 |
| | | Vluchtelingenpaspoort https://www.arnhem.nl/Inwoners/legitimatie/vluchtelingenpaspoort (Pagina van Website) | | |
| | | Vreemdelingenpaspoort https://www.arnhem.nl/Inwoners/legitimatie/vreemdelingenpaspoort (Pagina van Website) | | |
| | | Vernieuw uw reisdocument (PDF van brief) | | |
| | Verhuizing en Adres | Verhuizing https://www.arnhem.nl/Inwoners/aangifte_en_registratie/verhuizing_en_adres/verhuizing (Pagina van Website) | 5 | - |
| | | Eerste Inschrijving in Nederland https://www.arnhem.nl/Inwoners/aangifte_en_registratie/eerste_inschrijving_in_nederland (Pagina van Website) | | |
| | | Hervestiging (vanuit het buitenland) https://www.arnhem.nl/Inwoners/aangifte_en_registratie/verhuizing_en_adres/hervestiging_vanuit_het_buitenland (Pagina van Website) | | |
| | | Doorgeven nieuw adres (PDF van andere bron) | | |
| | | Bevestiging adreswijziging (PDF van brief) | | |
| | Werk en Inkomen | Uitnodiging diagnosegesprek (PDF van brief) | 1 | - |
| Bewonerscommunicatie | Energietransitie | Parkflat Zijpendaal https://www.arnhemaan.nl/goede-voorbeelden/parkflat-zijpendaal/ (Pagina van Website) | 4 | 4 |
| | | Kiara Airosa https://www.arnhemaan.nl/goede-voorbeelden/kiara-airosa/ (Pagina van Website) | | |
| | | Driestroom https://www.arnhemaan.nl/goede-voorbeelden/driestroom/ (Pagina van Website) | | |
| | | Arnhem aan Tafel https://www.arnhemaan.nl/goede-voorbeelden/driestroom/ (Pagina van Website) | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | Teams Leefomgeving | Van Wijken Weten<br>https://www.arnhem.nl/stad_en_wijken/Wijken/Wijken (Pagina van Website) | 4 | 1 |
| | | Subsidieregeling Burgerkracht<br>(PDF van andere bron) | | |
| | | Informerend artikel Burgerkracht 2021 – Arnhemse Koerier<br>(PDF van andere bron) | | |
| | | Praat mee over Arnhem in 2040 op koerswijzerarnhem.nl<br>(PDF van brief) | | |
| | Wegwerkzaamheden | Tijdelijke afsluiting Spijkerstraat t.b.v werkzaamheden<br>(PDF van brief) | 2 | 1 |
| | | Bedankkaart Busbaan Eldenseweg<br>(PDF van andere bron) | | |
| | Afval binnen de gemeente | Grofvuil<br>https://www.arnhem.nl/Inwoners/wonen_en_milieu/afval/afval_abc/grofvuil (Pagina van Website) | 3 | 4 |
| | | Infowijzer Afval Scheiden<br>(PDF van andere bron) | | |
| | | Flyer afvalstoffenheffing<br>(PDF van andere bron) | | |
| Campagnes | Campagne geldzaken en ondernemers | Daan Wilden<br>(PDF van andere bron) | 4 | 4 |
| | | Lammert de Vries<br>(PDF van andere bron) | | |
| | | Mirte Engelhard<br>(PDF van andere bron) | | |
| | | Olivera Kosanovic<br>(PDF van andere bron) | | |
| | Campagne geldzorgen | Hilda<br>(PDF van andere bron) | 6 | 6 |
| | | Jeanette<br>(PDF van andere bron) | | |
| | | Lisette<br>(PDF van andere bron) | | |
| | | Melvin<br>(PDF van andere bron) | | |
| | | Robin<br>(PDF van andere bron) | | |
| | | Roy<br>(PDF van andere bron) | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | Campagne verkiezingen 2022 | Achterzijde stembiljet<br>(PDF van brief) | 13 | 8 |
| | | Oproep in de Arnhemse Koerier – Toegankelijkheid stembureaus en stemmen met de stemmal<br>(PDF van andere bron) | | |
| | | Arnhemse Koerier 21 maart – U stemt vandaag toch ook?<br>(PDF van andere bron) | | |
| | | Bewonersbrief toegankelijkheid bij stemmen<br>(PDF van brief) | | |
| | | Facebook Bericht over toegankelijkheid bij stemmen<br>https://www.facebook.com/gemeentearnhem/posts/317605883732136 (Pagina van Website) | | |
| | | Kaart voor Eerste Stemmers<br>(PDF van andere bron) | | |
| | | Webtekst voor Eerste Stemmers (Engels)<br>(PDF van andere bron) | | |
| | | Toegankelijkheid stembureaus<br>(PDF van andere bron) | | |
| | | Route mobiele stembus<br>(PDF van andere bron) | | |
| | | Tekst achterkant kandidatenlijst Gemeenteraadsverkiezingen 2022<br>(PDF van andere bron) | | |
| | | ''Nog nooit gestemd? Kom oefenen in het proefstembureau''<br>(PDF van andere bron) | | |
| | | Stemmen in de gevangenis of een antieke trolleybus?<br>(PDF van andere bron) | | |
| | | Vera Verkiezingen Video<br>(Video-bestand) | | |
| | Campagne richting mensen die laaggeletterd zijn | Week van lezen en Schrijven<br>(PDF van andere bron) | 1 | 8 |
| | Campagne anti-discriminatie (Arnhem Durft) | Tien Posters<br>(PDF van andere bron) | 11 | 10 |
| | | Spoken word<br>(PDF van andere bron) | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Participatie | Digipanel | Aanmeldtekst voor Digipanel<br>https://community.mwm2.nl/d44c96f3-0092-4297-80d9-876ebb78b013 (Pagina van Website) | 11 | 13 |
| | Omgevingsvisie | Omgevingsvisie<br>https://www.arnhem.nl/stad_en_wijken/projecten/omgevingswet/Omgevingsvisie (Pagina van Website) | | |
| | | Meedenken over Omgevingsvisie<br>https://www.arnhem.nl/stad_en_wijken/projecten/omgevingswet/Omgevingsvisie/Meedenken_over_de_Omgevingsvisie<br>(Pagina van Website) | | |
| | | Communicatie-middelen ten tijde van Omgevingsvisie<br>(PDF van andere bron) | | |
| | | Artikel – Koerswijzer<br>(PDF van andere bron) | | |
| | | Website Meedenken Arnhem<br>https://www.meedenken.arnhem.nl/default.aspx<br>(Pagina van Website) | | |
| Nieuws | Arnhemse Koerier | 30 oktober 2021<br>(PDF van andere bron) | 3 | 17 |
| | | 12 juni 2021<br>(PDF van andere bron) | | |
| | | 13 maart 2021<br>(PDF van andere bron) | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Social media | Facebook | 2 februari 2022<br>https://www.facebook.com/watch/?v=505549944333335 (Pagina van Website) | 22 | 21 |
| | | 3 februari 2022<br>https://www.facebook.com/gemeentearnhem/posts/300137998812258 (Pagina van Website) | | |
| | | 7 februari 2022 (1)<br>https://www.facebook.com/watch/?v=522649169062556 (Pagina van Website) | | |
| | | 7 februari 2022 (2)<br>https://www.facebook.com/gemeentearnhem/posts/302586465234078 (Pagina van Website) | | |
| | | 9 februari 2022<br>https://www.facebook.com/watch/?v=397801645435703 (Pagina van Website) | | |
| | | 10 februari 2022 (1)<br>https://www.facebook.com/gemeentearnhem/posts/304436331715758 (Pagina van Website) | | |
| | | 10 februari (2)<br>https://www.facebook.com/gemeentearnhem/posts/3042324650694 78 (Pagina van Website) | | |
| | | 11 februari 2022<br>https://www.facebook.com/gemeentearnhem/posts/304979634994761 (Pagina van Website) | | |
| | | 15 februari 2022<br>https://www.facebook.com/gemeentearnhem/posts/307617351397656 (Pagina van Website) | | |
| | | 18 februari 2022<br>https://www.facebook.com/gemeentearnhem/posts/309203734572351 (Pagina van Website) | | |
| | | 23 februari 2022<br>https://www.facebook.com/gemeentearnhem/posts/312199380939453 (Pagina van Website) | | |
| | | 24 februari 2022 (1)<br>https://www.facebook.com/gemeentearnhem/posts/312855937540464 (Pagina van Website) | | |
| | | 24 februari 2022 (2)<br>https://www.facebook.com/gemeentearnhem/posts/313035294189195 (Pagina van Website) | | |
| | | 25 februari 2022 (1)<br>https://www.facebook.com/gemeentearnhem/posts/313418904150834 (Pagina van Website) | | |
| | | 25 februari 2022 (2)<br>https://www.facebook.com/gemeentearnhem/posts/313539744138750 (Pagina van Website) | | |
| | | 25 februari 2022 (3)<br>https://www.facebook.com/gemeentearnhem/posts/313586404134084 (Pagina van Website) | | |
| | | 25 februari 2022 (4)<br>https://www.facebook.com/gemeentearnhem/posts/313750327451025 (Pagina van Website) | | |
| | | 28 februari 2022<br>https://www.facebook.com/gemeentearnhem/posts/315500467276011 (Pagina van Website) | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | Instagram | 1 februari 2022<br>https://www.instagram.com/p/CZbVYxusgwl/?utm_source=ig_web_copy_link (Pagina van Website) | 17 | 14 |
| | | 7 februari 2022<br>https://www.instagram.com/p/CZrOCmCqcfk/?utm_source=ig_web_copy_link (Pagina van Website) | | |
| | | 10 februari 2022<br>https://www.instagram.com/p/CZyfMUVM1OZ/?utm_source=ig_web_copy_link (Pagina van Website) | | |
| | | 14 februari 2022<br>https://www.instagram.com/p/CZ83R3ZM5AA/?utm_source=ig_web_copy_link (Pagina van Website) | | |
| | | 15 februari 2022<br>https://www.instagram.com/p/CaAoEtnsHdH/?utm_source=ig_web_copy_link (Pagina van Website) | | |
| | | 17 februari 2022<br>https://www.instagram.com/p/CaEzWMIM67q/?utm_source=ig_web_copy_link (Pagina van Website) | | |
| | | 18 februari 2022<br>https://www.instagram.com/reel/CaHikbeAn7O/?utm_source=ig_web_copy_link (Pagina van Website) | | |
| | | 25 februari 2022 (1)<br>https://www.instagram.com/p/CaZCAADKlOy/?utm_source=ig_web_copy_link (Pagina van Website) | | |
| | | 25 februari 2022 (2)<br>https://www.instagram.com/p/CaZgJ2cs1hL/?utm_source=ig_web_copy_link (Pagina van Website) | | |
| | | 25 februari 2022 (3)<br>https://www.instagram.com/p/CaZrMjAKOSV/?utm_source=ig_web_copy_link (Pagina van Website) | | |
| | | 25 februari 2022 (4)<br>https://www.instagram.com/p/CaaNhnXNBpi/?utm_source=ig_web_copy_link (Pagina van Website) | | |
| Diversiteit- en Inclusiebeleid | Inclusie in Arnhem | Hoofdpagina<br>https://www.arnhem.nl/stad_en_wijken/Inclusie_in_Arnhem (Pagina van Website) | 7 | 3 |
| | | VN-Verdrag Handicap in Arnhem<br>https://www.arnhem.nl/stad_en_wijken/Inclusie_in_Arnhem/VN_verdrag_Handicap_in_Arnhem (Pagina van Website) | | |
| | | LHBTIQ+ in Arnhem<br>https://www.arnhem.nl/stad_en_wijken/Inclusie_in_Arnhem/LHBTIQ_in_Arnhem (Pagina van Website) | | |
| | | Discriminatie voorkomen en bestrijden<br>https://www.arnhem.nl/stad_en_wijken/Inclusie_in_Arnhem/Discriminatie_voorkomen_en_bestrijden (Pagina van Website) | | |
| | Inclusief Ondernemen | https://www.arnhem.nl/Ondernemers/ondernemen_in_arnhem/Inclusief_ondernemen_Hoe_pak_ik_dat_aan<br>(Pagina van Website) | | |
| | Meld Discriminatie | https://www.arnhem.nl/Inwoners/zorg_en_welzijn/meld_discriminatie<br>(Pagina van Website) | | |
| | Diversiteit bij de gemeente Arnhem | https://www.werkenvoorarnhem.nl/kernboodschap-inclusiviteit/<br>(Pagina van Website) | | |

TOTAAL tekst eenheden: 120 (met dubbelingen Facebook en Instagram) / 112 tekst eenheden (zonder dubbelingen Facebook en Instagram)

TOTAAL beelden: 115 (met dubbelingen Facebook en Instagram) / 104 beelden (zonder dubbelingen Facebook en Instagram)

# Bijlage 3 Analyse-instrument materiaalanalyse

In dit document staan de items weergegeven aan de hand waarvan de inclusiviteit van de publiekscommunicatie van de gemeente Arnhem geanalyseerd is. Deze items zijn ontwikkeld op basis van een verkenning van theorie, onderzoek en praktijkgerichte documenten rondom inclusiviteit en inclusiviteit van communicatie. Op basis van deze verkenning zijn de items onderverdeeld in vier dimensies, namelijk: Diversiteit en representatie; Woord- en terminologiegebruik; Stereotypering en; Expliciete aandacht voor inclusie en anti-discriminatie.

Hieronder worden eerst de items gepresenteerd die gebruikt worden voor de analyse van tekst. Deze zijn onderverdeeld in vier dimensies, namelijk: Diversiteit en representatie; Woord en terminologiegebruik; Stereotypering en; Expliciete aandacht voor inclusie en anti-discriminatie. Daarna worden de items gepresenteerd die gebruikt worden voor de analyse van beeld. Deze items zijn onderverdeeld in twee dimensies, namelijk: Diversiteit en representatie en; Stereotypering. Tot slot is er nog ruimte voor notitie van overkoepelende observaties betreffende de tekst, het beeld en de combinatie van beide.

*TEKST*

***Dimensie: Diversiteit en representatie***

| Item | | Score | Notitie |
|---|---|---|---|
| **socialgroep_et** | Worden er expliciet 1 of meerdere etnische/culturele groepen genoemd of helemaal niet? | | |
| **groepname_et** | Welke etnische/culturele groepen worden genoemd? | | |
| **socialgroep_g** | Worden er expliciet 1 of meerdere gendergroepen genoemd, of helemaal niet? | | |
| **groepname_g** | Welke gendergroepen worden genoemd? | | |
| **socialgroep_so** | Wordt expliciet verwezen naar mensen uit de LHBTQI+ gemeenschap, of helemaal niet? | | |
| **groepname_so** | Welke (sub)groepen uit de LHBTQI+ gemeenschap worden genoemd? | | |
| **socialgroep_dis** | Wordt expliciet verwezen naar mensen met een lichamelijke, zintuigelijke, mentale en/of verstandelijke beperking, of helemaal niet? | | |
| **groepname_dis** | Welke (sub)groepen onder mensen met een lichamelijke, zintuigelijke, mentale en/of verstandelijke beperking worden genoemd? | | |
| **intersectionality** | Worden in de boodschap verschillende (deel) identiteiten van mensen genoemd? | | |

### *Dimensie: Woord- en terminologiegebruik*

| Item | | Score | Notitie |
|---|---|---|---|
| **groeplabel_et** | Is label van groep up to date? | | |
| **groepspec_et** | Is label zo specifiek mogelijk? | | |
| **groeplabel_g** | Is de gendervorm die wordt gebruikt inclusief ? | | |
| **groeplabel_so** | Is taal en label gebruik up to date daar waar het om seksuele oriëntatie gaat? | | |
| **groepspec_so** | Als het om een individu/ individuen gaat, is het label zo specifiek mogelijk? | | |
| **groeplabel_dis** | Is taal en label gebruik up to date inclusief daar waar het om mensen met een lichamelijke, zintuigelijke, mentale en/of verstandelijke beperking? | | |
| **groepspec_dis** | Als het om een individu/ individuen gaat, is het label zo specifiek mogelijk? | | |
| **persvsidentfirst_dis** | Wordt er person first taal gebruikt | | |
| **parallel** | Is benoeming van groepen parallel? | | |

### *Dimensie: Stereotypering*

| Item | | Score | Notitie |
|---|---|---|---|
| **stereo_et** | Werkt de inhoud van de tekst etnisch/ culturele stereotypering in de hand of juist niet? | | |
| **stereo_g** | Werkt de inhoud van de tekst genderstereotypering in de hand of juist niet? | | |
| **stereo_so** | Werkt de inhoud van de tekst stereotypering omtrent seksuele oriëntatie in de hand? | | |
| **stereo_dis** | Werkt de inhoud van de tekst stereotypering rondom mensen met een lichamelijke, zintuigelijke, mentale en/of verstandelijke beperking in de hand? | | |
| **valencetekst** | Gaat tekst/onderwerp/thema OVER HET ALGEMEEN over iets positiefs, iets negatiefs of iets neutraals? | | |
| **norm** | Wordt in de boodschap (impliciet) een discriminatoire norm gehanteerd? | | |
| **hiërarchie** | Spreekt uit de tekst een rangorde/ hiërarchie tussen groepen? | | |

### *Dimensie: Expliciete aandacht voor inclusie en anti-discriminatie*

| Item | | Score | Notitie |
|---|---|---|---|
| **woke** | Wordt er in de communicatie expliciet en op een kritische manier diversiteit en inclusie en/of discriminatie/racisme genoemd? | | |

*BEELD*

***Dimensie: Diversiteit en representatie***

| Item | | Score | Notitie |
|---|---|---|---|
| **picgroep_et** | Worden er 1 of meerdere personen van etnische/ culturele minderheidsgroepen weergegeven? | | |
| **picgroep_g** | Worden er 1 of meerdere gender groepen weergegeven? | | |
| **picgroep_so** | Worden personen uit de LHBTQI+ gemeenschap weergegeven? | | |
| **picgroep_dis** | Worden er personen met een lichamelijke, zintuigelijke, mentale en/of verstandelijke beperking weergegeven? | | |
| **intersectionalitypic** | Worden er in de boodschap verschillende (deel) identiteiten van mensen getoond? | | |

***Dimensie: Stereotypering***

| Item | | Score | Notitie |
|---|---|---|---|
| **valencepic** | Laat het beeld iets positiefs, iets negatiefs of iets neutraals zien? | | |
| **stereopic_et** | Werkt de beeldvorming in de foto etnische/ culturele stereotypering in de hand? | | |
| **combipic_et** | Werkt de foto IN COMBINATIE met het onderwerp in de bijgaande tekst etnische/culturele stereotypering in de hand? | | |
| **combipic_g** | Werkt de foto IN COMBINATIE met het onderwerp in de bijgaande tekst genderstereotypering in de hand? | | |
| **stereopic_so** | Werkt de beeldvorming in de foto stereotypering van seksuele minderheden in de hand? | | |
| **combipic_so** | Werkt de foto IN COMBINATIE met het onderwerp in de bijgaande tekst stereotypering van seksuele minderheden in de hand? | | |
| **stereopic_dis** | Werkt de beeldvorming in de foto stereotypering van personen met een lichamelijke, zintuigelijke, mentale en/of verstandelijke beperking in de hand? | | |
| **combipic_dis** | Werkt de foto IN COMBINATIE met het onderwerp in de bijgaande tekst stereotypering van personen met een lichamelijke, zintuigelijke, mentale en/of verstandelijke beperking in de hand? | | |

Ruimte voor het noteren van observaties wat betreft de inclusiviteit van de tekst en (als aanwezig) het beeld en de combinatie van beide.

- Wat zijn goede voorbeelden in dit materiaal daar waar het gaat om inclusiviteit van dit materiaal?
- Wat zijn gemiste kansen / wat mist nog daar waar het gaat om inclusiviteit van dit materiaal?
- Wat zijn suggesties voor verbetering daar waar het gaat om inclusiviteit van dit materiaal?

# Bijlage 4 Topiclijst groepsgesprekken

## Introductie

1. We willen graag beginnen met een kort voorstelrondje.Zouden jullie je kort kunnen voorstellen en zouden jullie ook kort kunnen aangeven wanneer en met wat voor een communicatie vanuit de gemeente jullie vooral te maken hebben?

Doorvragen op:

- Heb je zelf vaak te maken met communicatie vanuit de gemeente Arnhem? (bijv. dagelijks, wekelijks, maandelijks of minder?)
- Bij welke aanleidingen of gebeurtenis heb je met name te maken met communicatie vanuit de gemeente Arnhem? Gaat het dan bijv. meer om persoonlijke dingen regelen zoals identeitsdocument, of om participatie in bepaalde lokale initiatieven, of anders?
- Met welke vormen van communicatie en media vanuit de gemeente kom je dan vooral in contact? Bijv. communicatie via de website – of bepaalde onderdelen daarvan, via brieven, via social media, of andere media?

## Inclusiviteit van communicatie

2. Kunnen jullie aangeven hoe jullie de communicatie vanuit de gemeente ervaren? Hebben je daar over het algemeen een positief gevoel bij, of juist niet?

Doorvragen op:

- Waardoor komt dat? (bijv. zit het hem in woordgebruik, perspectief, bepaalde informatie die mist, beeld, anders)
- Positieve en negatieve voorbeelden?
- Wat zou de gemeente anders/ beter kunnen doen?
- Ben je echt wel eens negatief geraakt door een uiting van de gemeente? Kan je toelichten waar dat hem in zat?
- Ben je wel een positief verrast door een uiting van de gemeente? Kan je toelichten waar dat hem in zat?

Terugpakken op wat bij vraag 2 gedeeld is:

3. Jullie geven aan dat … Hebben jullie een idee of dit een breed gedeelde ervaring is onder [mensen met een migratieachtergrond/ personen met een beperking/ personen uit de LHBTQI+ gemeenschap], of horen jullie ook over andere visies/ ervaringen?
4. Kunnen jullie aangeven in hoeverre jullie ervaren dat jullie gezien worden door de gemeente? Bijv. Herken je jezelf en jouw persoonlijke situatie in de communicatie vanuit de gemeente?

Doorvragen op:

- Waarom wel/niet? Waar zit het hem dan in? (bijv. woordgebruik, perspectief, bepaalde informatie die mist, beeld, anders)
- Voorbeelden van communicatie waarbij je je niet gezien voelt?
- Wat zou anders/ beter kunnen?
- Voorbeelden van communicatie waarbij je wel gezien voelt?

Terugpakken op wat bij vraag 4 gedeeld is:

5. Jullie geven aan dat … Hebben jullie een idee of dit een breed gedeelde ervaring is onder [*mensen met een migratieachtergrond/ personen met een beperking/ personen uit de LHBTQI+ gemeenschap*], of horen jullie ook over andere visies/ ervaringen?
6. Wat kunnen jullie vanuit jullie ervaring en/of kennis zeggen over de inhoud van de communicatie vanuit de gemeente: Sluit deze aan bij zaken die jou en/of andere [*mensen met een migratieachtergrond / personen met een beperking/ personen uit de LHBTQI+ gemeenschap*] dagelijks bezighouden?

- wat wel/ wat niet?
- wat mist nog, waar zou meer aandacht naar uit moeten gaan?

7. Denken jullie dat de communicatie vanuit de gemeenten mensen met verschillende achtergronden en identiteiten aanspreekt?

Doorvragen op:

- Waarom wel/niet? Waar zit het hem dan in? (bijv. woordgebruik, perspectief, bepaalde informatie die mist, beeld, anders)
- Positieve voorbeelden
- Negatieve voorbeelden
- Wat zou anders/ beter kunnen?

8. Wat zijn volgens jullie nog meer aandachtspunten als het gaat om inclusiviteit van de communicatie vanuit de gemeente? Wat zou meer anders of beter kunnen?

Doorvragen:

- (Nog meer) aandachtspunten als het gaat om tekst?
- (Nog meer) aandachtspunten als het gaat om beeld?
- Gebruikt de gemeente de juiste kanalen voor communicatie?

9. Zijn er nog andere zaken die te maken hebben met inclusiviteit van communicatie vanuit de gemeente die jullie graag nog willen inbrengen?

## Afsluiting

VERWEY JONKER Instituut

# COLOFON


| | |
|---|---|
| Opdrachtgever | Gemeente Arnhem |
| Auteurs | Dr. I. Soeterik |
| | M. Badou, MSc |
| | I. El-Masoudi, BSc |
| | Prof. dr. S. Does |
| Foto omslag | AdobeStock 417878594 Hobbitfoot |



© Verwey-Jonker Instituut, Utrecht, juni 2022.



ISBN 978-94-6409-169-4



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.