



DIVERSITEITS COMMUNICATIE

Of... hoe communiceren in een superdiverse samenleving ?

1. Wat betekent superdiversiteit en wat vraagt het van (communicatie)medewerkers om doordrongen te zijn van deze realiteit?
2. Alles is communicatie: van de eerste blik of kennismaking, over de dienstverlening of activiteiten, tot je gedrukt materiaal, sociale media en website.
3. We tonen je voorbeelden uit de praktijk en verzamelen praktische tools om diversiteitscommunicatie concreet te maken.



A photograph of three young people of diverse backgrounds laughing and talking outdoors. On the left, a young woman with long blonde hair and a nose ring is laughing. In the center, a young woman with short dark curly hair and a patterned jacket is smiling and looking towards the right. On the right, a young man with dreadlocks wearing a yellow hoodie is partially visible, also smiling. The background is a blurred green field with trees.

1. Superdiversiteit

Opgroeien

Superdiversiteit

Een uitdaging voor communicatie?

- Superdiversiteit als nieuw concept om de complexiteit van de diversiteit te beschrijven.
 - Begrip geïntroduceerd door Vertovec (2007) als nieuw concept om de diversiteit in Britse samenleving te beschrijven (Londen majority-minority city).
 - Ook in Vlaanderen steeds vaker gebruikt door o.a. Dirk Geldof (2016) en Jan Blommaert (2011, 2013).

Multiculturele samenleving	Superdiverse samenleving
Residente gemeenschappen	Mobiele populaties
Lange termijn	Lange en korte termijn
Duidelijk migratiepatroon	Complexe trajecten
Integratie in mainstream	Diverse integratiebehoeften
Culturele, linguïstische en religieuze achtergrond gekend	Achtergrond niet a priori gekend
ETNO COMMUNICATIE	DIVERSITEITSCOMMUNICATIE



Superdiversiteit

Een uitdaging voor communicatie?

- Superdiversiteit laat zich kenmerken door:
 - Kwantitatieve dimensie:
 - toename van migratie van over heel de wereld en bijgevolg toename van een etnisch-culturele diversiteit.
 - Kwalitatieve dimensie:
 - Een groeiende diversiteit binnen de diversiteit: religieuze diversiteit, talendiversiteit, diversiteit aan migratiemotieven (en integratiebehoeften), diversiteit aan verblijfsstatuten, groeiende verschillen in sociaal-economische positie...
 - Groei van diversiteit zowel tussen als binnen groepen en gemeenschappen.
 - In combinatie met impact van technologie: groeiend belang van transnationalisme
 - Proces van normalisering van diversiteit

Opmerking – valkuil: de term “superdiversiteit” is erg beschrijvend om de complexiteit van de diversiteit te geven, maar het biedt geen analysekader dat aandacht heeft voor machtsdynamieken en ongelijkheden.



Kruispuntdenken

geeft erkenning aan het feit dat niemand ééndimensioneel is maar wel een gelaagde identiteit heeft die ontstaat op een kruispunt van veel deelidentiteiten en ervaringen.

Kruispuntdenken

- Vertrekt vanuit uitsluitingsmechanismen en machtsongelijkheid
- Heeft aandacht voor de diversiteit binnen de bestaande diversiteit
- Focust op de samenloop van verschillende vormen van discriminatie (daar waar kwetsbaarheden elkaar kruisen en privileges relatief lijken)





Opgroeien



14 dimensies of assen van differentiatie:

geslacht, seksuele oriëntatie, huidskleur, etniciteit, nationaliteit, klasse, cultuur, religie, gezondheidssituatie, leeftijd, verblijfsstatuut, bezit, Noord-Zuid/Oost-West, maatschappelijke ontwikkeling

(Lutz,2002).

Migratie en diversiteit dagen identiteit uit...

Identiteit is meerlagig, multidimensioneel en dynamisch...

Een deel is biologisch, deels zelfgekozen, maar is ook door de samenleving geconstrueerd:

- Gender, etniciteit, klasse, seksuele oriëntatie, leeftijd etc. zijn sociale ordeningsprincipes
- Met reële impact: machtsverschillen in en tussen de ordeningsassen

Fragment uit “Superdiversiteit in Oostende”.<https://vimeo.com/114119473>



Kruispuntdenken

is een manier van denken, handelen en kijken naar je omgeving die uitnodigt tot:

- inclusief en dynamisch denken waarbij het denken over verschilcategorieën niet volgens binaire normen verloopt maar volgens verschillende sociale dimensies die niet los staan van elkaar.
 - Communicatie: o.a. aandacht voor hokjesdenken, stereotypering, cliché's, vooroordelen,...
- empathisch denken waarbij we onszelf in anderen verplaatsen: wat zou ik eerlijk vinden als ik in zijn positie verkeerde? De kans op uitsluiting op basis van (een combinatie van) bepaalde factoren zoals etniciteit, gender, klasse, seksuele oriëntatie,... wordt verkleind.
 - Communicatie(medewerker): o.a. aandacht voor eigen positie (en onzichtbare mechanismen die dat mee bepalen (white privilege)
- erkennen van de verwevenheid van de ordeningsprincipes die gelijktijdig operatief zijn, elkaar beïnvloeden en in samenhang een rol spelen.
 - Communicatie o.a. aandacht voor toetsing van betekenisgeving bij de 'doelgroep' (diverse betekenissen, uitsluiting)
- multidimensioneel denken omdat ieders identiteit uit meerdere dimensies bestaat
 - Communicatie oa. aandacht voor meerlagige identiteiten (bv. 'ouders' in al hun diversiteit)



A young girl with curly hair is hugging a man with curly hair. The girl is wearing a white shirt and the man is wearing a brown shirt. The background is blurred.

2. Alles is communicatie

Opgroeien

**“ Je kan niet niet
communiceren.”**

Watzlawick P.

Alles is communicatie:

van de eerste blik of kennismaking, over de dienstverlening of activiteiten, tot je gedrukt materiaal, sociale media en website...

In superdiverse samenleving (toenemende diversiteit EN toenemende technologische ontwikkelingen)

- Nood aan diversiteitsbeleid
- Wat, waar, wanneer, voor en met wie, hoe...
- Maximaal inzetten op toegankelijkheid (begrijpbaar, bruikbaar, betaalbaar, beschikbaar...)

Effectieve communicatie:

In welke vorm ook, gaat over het goed b
elkaar: de boodschap optimaal overbreng
naar ontvanger, zonder ruis.



Interculturele communicatie

TOPOI – model (Hofman) – stilstaan bij “Ruis in de communicatie”

Reflectie op de verschillende gebieden, die onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn. Ze helpen als analyse en interventiekader: maken ruis zichtbaar en bieden perspectief tot actie.

Taal: is de verbale en non-verbale taal van de deelnemers aan het gesprek

Ordering: is de kijk of zienswijze van de deelnemers op de kwesties die spelen in hun gesprek

Personen: verwijst naar de personen die deelnemen aan het gesprek en naar hun onderlinge relatie. Het gebied ‘personen’ is het betrekkingaspect in de communicatie: wie zijn de gespreksdeelnemers voor elkaar, welke beelden hebben ze van elkaar en hoe ervaren ze hun onderlinge betrekking.

Organisatie: de maatschappelijke en professionele organisatorische omgeving waarbinnen de communicatie plaatsvindt

Inzet: de onderliggende motieven, behoeften, verlangens en drijfveren van de gespreksdeelnemers





3. Voorbeelden uit de praktijk

Opgroeien



Gesprekswijzer (Kind en Gezin)

Aansluiten bij ouders, als Nederlands een drempel is

Gesprekswijzer is een online leermodule die info biedt voor dienstverlening in meertalige contexten:

- Gebaseerd op vraaggerichte gespreksmodel als onderliggend patroon
- Waaier aan inzetbare brugfuncties om de 'taalkloof' te overbruggen
 - Personen en/of taal: o.a. sociaal tolken, eenvoudig Nederlands, contacttaal, meertalige kennis medewerkers
 - Basishouding: verbindende en interculturele communicatie als (element van) (diversiteits)competentie
 - Materialen of methodieken: Kind in Beeld, vertaalde folders en kernboodschappen, pictogrammen, vertaalsites/apps,...