

# Inclusieve communicatie

## Basisprincipes





P.3

1. Communicatie doet ertoe



P.3

2. Deconstrueer communicatie



P.4

3. Denk na over dilemma's rondom vertelvormen



P.4

4. Vermijd stereotypen



P.5

5. Wees duidelijk en transparant



P.5

6. Verkrijg geïnformeerde toestemming



P.6

7. Doe aan co-creatie



P.6

8. Zorg voor gelijkwaardige uitwisselingen



P.7

9. Steun zelfidentificatie



P.7

10. Blijf leren

## 1. Communicatie doet ertoe

Communicatie over internationale samenwerking en noodhulp wordt vaak gezien als een middel om een doel te bereiken, dat wil zeggen, als een middel om bewustzijn en fondsen te genereren. Echter, communicatie zou gezien moeten worden als onderdeel van het doel zelf, dat wil zeggen het creëren van een rechtvaardigere wereld, omdat het vormgeeft aan de ongelijke mondiale machtsverhoudingen. Alleen als we (de macht van) taal en communicatie serieus nemen, kunnen we gaan nadenken over een meer inclusieve, duurzame en rechtvaardige mondiale samenleving.

## 2. Deconstrueer communicatie

Inzicht in communicatie, en de geschiedenis en politiek ervan, maakt verschuivingen in de ongelijke machtsverhoudingen in de wereld mogelijk. Iedereen die werkzaam is in het veld van communicatie over internationale samenwerking en noodhulp zou een zogenaamd postkoloniaal perspectief moeten hebben en alle communicatie kritisch onder de loep moeten nemen – oftewel: deconstrueren – vanuit dit perspectief. Het uitvoeren van een kritische analyse in de (pre-)productiefase is een effectieve manier om koloniale discoursen, verhalen en stereotypen te voorkomen.



### 3. Denk na over dilemma's rondom vertelvormen

Neem de verschillende dilemma's rondom vertelvormen bij de veelgebruikte genres voor humanitaire communicatie – zoals *poverty porn*, *white saviorism*, *celebrity humanitarianism*, *misery simulations*, *adventure journeys* en *individual changemakers* – in overweging en denk kritisch en zorgvuldig na over hoe deze opgelost kunnen worden. Deze genres houden zich vaak bezig met (koloniaal) verschil, (exotisch) spektakel en (witte) heroïek – allemaal elementen die vermeden zouden moeten worden.



### 4. Vermijd stereotypen

Communicatie over internationale samenwerking bevat vaak verhalen en beelden die gebaseerd zijn op koloniale stereotypen. Deze stereotypen zijn ofwel negatief ofwel positief, maar altijd exotisch en schadelijk. In plaats van eenvoudige, geïndividualiseerde en apolitieke oplossingen voor systemische problemen voor te stellen, moeten verhalen worden gehistoriseerd, gecontextualiseerd en gepolitiseerd. Met andere woorden, verhalen over armoede en andere mondiale uitdagingen moeten niet geïsoleerd worden van, maar gevormd worden door, de historische, maatschappelijke en politieke contexten, zodat ze een genuanceerd en gelaagd beeld geven van de uitdagingen waar het om gaat.

## 5. Wees duidelijk en transparant

Zorg ervoor dat je elke communicatie met zorg en aandacht behandelt. Wees duidelijk en transparant over de rol en invloedssfeer van je organisatie in de wereld. Internationale samenwerking en noodhulp zijn zeer complexe velden, waarin veel partners samenwerken en elkaars versterken. Erken dit wanneer je communiceert over het werk van je organisatie – en noem je partners. Wees daarnaast niet bang om knelpunten, beperkingen en mislukkingen te erkennen.

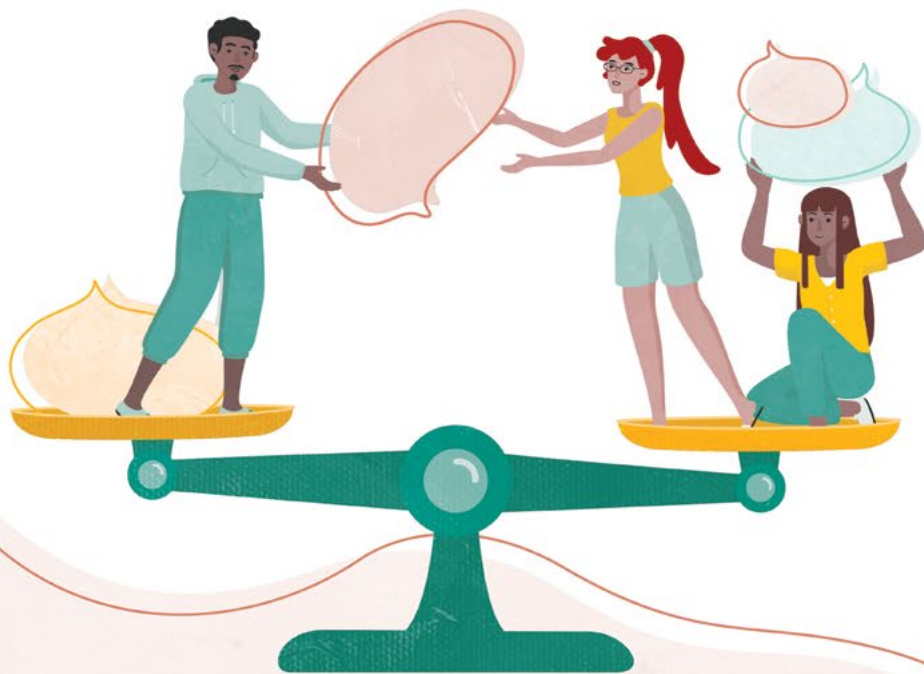


## 6. Verkrijg geïnformeerde toestemming

Verkrijg altijd geïnformeerde toestemming van de personen die in je communicaties verschijnen. Leg het gebruik en de mogelijke gevolgen van de verhalen en beelden die je produceert uit en erken het recht van mensen om anoniem en/of niet-identificeerbaar te zijn. Als het om minderjarigen gaat, vraag dan altijd toestemming aan een ouder of voogd. Wees je ervan bewust dat het voor mensen vaak moeilijk is om betekenisvolle toestemming te geven vanwege de ongelijke machtsverhoudingen die in het spel zijn. Tot slot, stel veiligheid altijd voorop, dat wil zeggen, denk na over de mogelijke risico's voor de personen in je communicatie, en stel hun veiligheid en welzijn altijd voorop.

## 7. Doe aan co-creatie

Co-creatie is de meest effectieve strategie om ethische, inclusieve en rechtvaardige communicatie te bereiken. Co-creatie (of *participatory storytelling*) verwijst naar manieren om de mensen over wie het verhaal gaat te betrekken bij zowel de productie als de representatie. Dit betekent ook dat NGO's, in plaats van (buitenlandse) crews en ambassadeurs in te vliegen, beter kunnen samenwerken met plaatselijke crews en gemeenschappen om content te creëren die solidariteit, gelijkwaardigheid en rechtvaardigheid aanmoedigt.



## 8. Zorg voor gelijkwaardige uitwisselingen

Co-creatie is gebaseerd op samenwerking en maakt als zodanig deel uit van het grotere proces van machtsverschuivingen (*shifting the power*) in internationale samenwerking. Zorg ervoor dat de verhalen die je vertelt ook verhalen zijn die de mensen over wie het verhaal gaat willen vertellen. Zij moeten zeggenschap en eigendom hebben over de verhalen en beelden die met en door (niet over) hen worden gemaakt. Idealiter hebben ze controle over (de creatie, productie en circulatie van) hun eigen verhalen en beelden. Daarnaast zouden de resultaten, als een daad van wederkerigheid, altijd gedeeld moeten worden met, en goedgekeurd moeten worden door, de mensen die betrokken zijn bij de productie, zowel voor als achter de camera.

## 9. Steun zelfidentificatie

Als onderdeel van co-creatie dien je de manieren waarop mensen genoemd willen worden altijd te (onder)steunen. Zelfidentificatie, dat wil zeggen, de manieren waarop individuen en gemeenschappen zichzelf definiëren in termen van hun identiteit/identiteiten (inzake etniciteit, geslacht, religie en meer), speelt een belangrijke rol in het vormgeven van het zelfbeeld van een persoon of gemeenschap en hun interacties met de wereld om hen heen. Vraag mensen hoe ze genoemd willen worden, erken de namen en voornaamwoorden die ze willen gebruiken, en accepteer dat identiteiten divers en dynamisch zijn.



## 10. Blijf leren

Woorden, verhalen of beelden die vandaag als inclusief worden beschouwd, kunnen morgen als problematisch gezien worden. Voortdurende inspanningen om onze taal te veranderen zijn nodig, omdat het proces van het ontsnappen aan machtsrelaties in taal dynamisch en nooit eindigend is. Omdat taal voortdurend verandert, sluipen er altijd machtsverhoudingen in. Daarom moeten we onszelf trainen om de woorden, verhalen en beelden die we gebruiken voortdurend te herformuleren en -framen.

## Colophon

De **Basisprincipes voor Inclusieve communicatie** is een product van de Partos Innovation Hub in samenwerking met het Expertisecentrum Humanitaire Communicatie (HuCom). Partos is de ledenorganisatie voor in Nederland gevestigde organisaties gericht op internationale samenwerking. De Partos Innovation Hub biedt professionals op het gebied van internationale samenwerking de ruimte om met elkaar te leren en innoveren om beter in staat te zijn om door de toekomst te navigeren en structurele verandering binnen zichzelf, hun organisaties en in internationale samenwerking te versnellen. HuCom is een non-profitorganisatie die zich inzet voor betere communicatie over internationale samenwerking. Ze beschouwen ethische, inclusieve en gelijkwaardige communicatie als essentieel voor het creëren van een rechtvaardigere wereld en bieden internationale samenwerkingsorganisaties in Nederland en daarbuiten feedback en tools om hier bewust van te worden en een bijdrage aan te leveren.

De **Basisprincipes voor Inclusieve communicatie** zijn onderdeel van de **Inclusieve Communicatiegids voor Internationale Samenwerking**. De gids bestaat uit drie onderdelen die een geheel vormen maar ook onafhankelijk van elkaar gelezen en gebruikt kunnen worden: de **Basisprincipes voor Inclusieve communicatie**, de **Inclusieve woordenlijst** en de **Future Briefs** over de geschiedenis, representatie en productie van humanitaire communicatie. Samen biedt deze publicatie een verdieping en reflectie op de praktijk van ethische, inclusieve en gelijkwaardige communicatie in en over internationale samenwerking.

## Auteurs

**Emiel Martens**, universitair docent en onderzoeker in Postkoloniale Mediastudies aan de Universiteit van Amsterdam en Erasmus Universiteit Rotterdam en mededirecteur van het Expertisecentrum Humanitaire Communicatie.

**Wouter Oomen**, senior docent en onderzoeker in Mediastudies aan de Universiteit Utrecht en mededirecteur van het Expertisecentrum Humanitaire Communicatie.

## Met dank aan

De leden van de Community of Practice 'Inclusieve Communicatie', gestart in april 2022 door Partos in samenwerking met het Expertisecentrum Humanitaire Communicatie.

## Eindredactie

Sera Koolmees | [Partos](#)

Emiel Martens | [HuCom](#)

## Illustrator

Coerine Hattingh | [www.storyground.co.za](http://www.storyground.co.za)

## Graphic designer

Soonhwa Kang | [www.soonhwa-kang.com](http://www.soonhwa-kang.com)

© December 2023

Copyright: Alle rechten voorbehouden aan degenen die een betere wereld voor iedereen nastreven. Wij hopen dat deze publicatie zoveel mogelijk gebruikt en gedeeld zal worden, in welke vorm dan ook. We stellen het op prijs als je Partos en HuCom vermeldt wanneer je citeert uit deze publicatie.