

STROOM VERSNELLERS

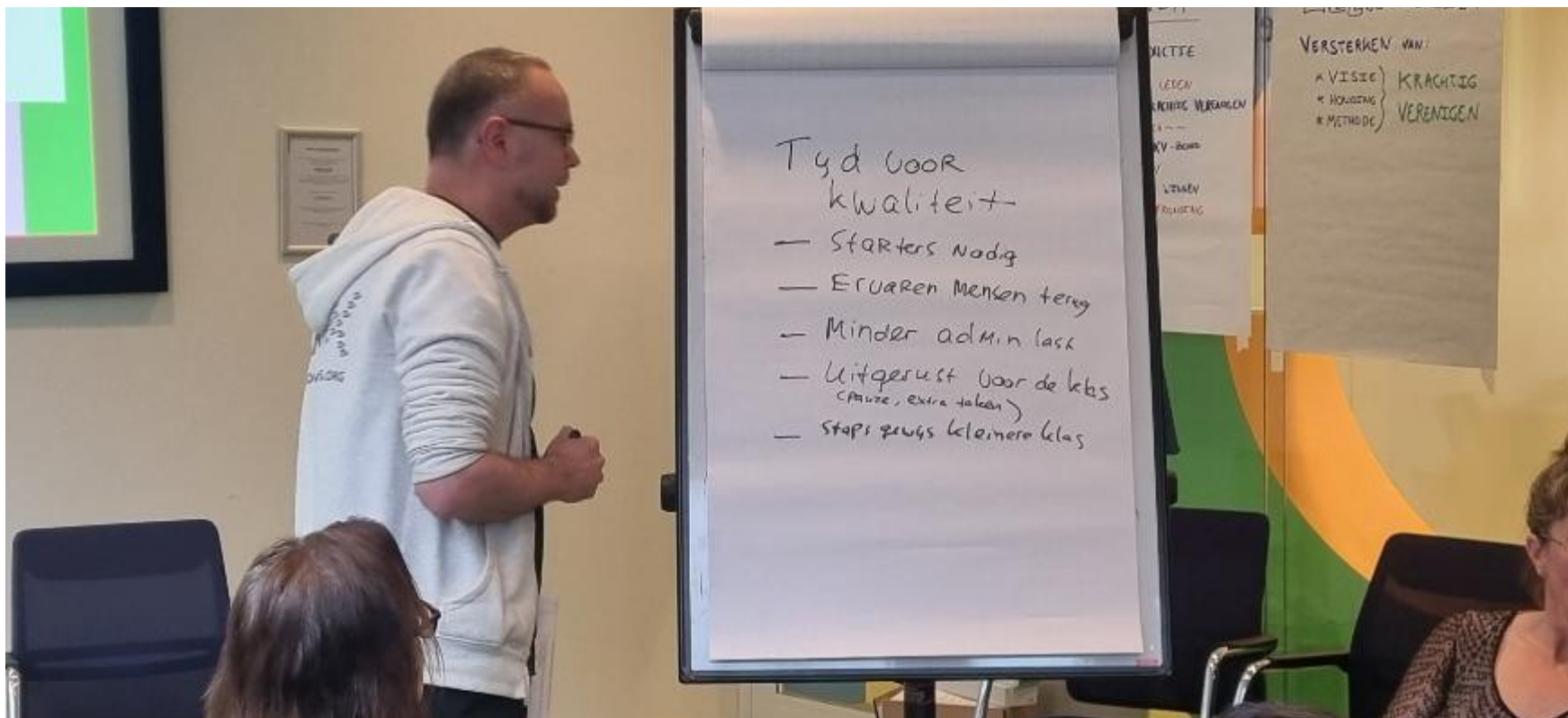
www.Stroomversnellers.org

Non Profit Trainers en adviseurs

Strategie, organizing, samenwerken & communicatie

Voor NGO's, vakbonden en burgerbewegingen.

Voor een sterke en diverse sociale beweging.



Disclaimer

- *Online communiceren over racisme, transphobie etc in een korte tijd kent zijn beperkingen.*
- *Deze presentatie is kort en bondig, en erg algemeen, ik kom het graag toelichten in de context van een specifieke organisatie.*
- *Deze presentatie is gebaseerd op Amerikaans en Engels onderzoek.*
- *Kleurklasse narratief richt zich op het overtuigen van het (witte) midden. We blijven daarnaast een hard moreel verhaal nodig hebben om het overton window te verschuiven.*

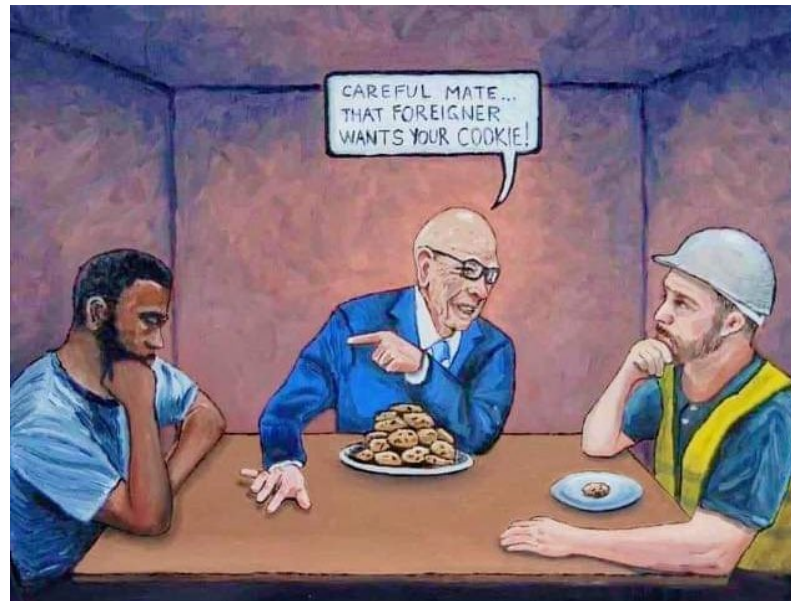
Mijn hoop bij deze workshop

- Partners vinden voor communicatie onderzoek naar kleur klasse narratief in Nederland.
- Progressieve organisaties overtuigen van een effectieve communicatie strategie tegen zondebok politiek.
- Jullie betrekken bij een leer netwerk van Stroomversnellers en Deepcanvas Nederland over kleurklasse naratief.

STROOMVERSNELLEERS 

Wat is zondebok politiek?

- De angst voor mensen die 'anders' zijn strategisch inzetten voor verdeel en heers politiek.



STROOMVERSNELLEERS 

Hondenfluitjes

- 'Demografische ontwikkelingen'
- 'Hardwerkende Nederlanders'
- 'De arbeidersklasse is van de PVDA overgelopen naar de PVV'
- 'Houd vrouwensport eerlijk, laat trans vrouwen niet toe'

Communicatie onderzoek

Onderzoek: welk narratief is effectief	Effect
Opinie onderzoek	Wordt de boodschap onthouden
Focusgroepen	Wil men de boodschap delen
Dial test	Eens of oneens: overtuigd de boodschap

Doelgroepen

- Tegenstanders
- Twijfelende midden
- Eigen achterban
- Activisten

Progresief Narratief

- Klassiek links
- Negeer 'woke' issues want die verdelen ons.
- Meerderheden mobiliseren op basis van een single issue (vaak economie)
- Aanname: mensen zijn single issue. Dominante groep is de maatschappij is de norm.
- Woke Links
- Identiteit en moreel standpunt als uitgangspunt van elk frame.
- Racisten moeten zich schamen en geïsoleerd worden.
- Aanname: deze mensen kozen bewust voor zondebokretoriek, en we zijn ze liever kwijt.

STROOMVERSNELLEERS 

Kleur Klasse Narratief

8 bouwblokken

1. Begin met het benoemen van gemeenschappelijke waarden.
2. Benoem in een inclusieve verwijzing naar identiteit ook de groep met privilege.
3. Specifieke verantwoordelijken voor een probleem aanwijzen.
4. Benoem racisme en transhaat als een verdeel-en-heers strategie.

Kleur Klasse Narratief

8 bouwblokken

5. Schets een wenselijk toekomstbeeld.
6. Benoem specifieke misstanden en belemmeringen die de gedeelde waarde aantasten.
7. Benoem het resultaat van het oplossen van die problemen, niet de procedures of wetten.
8. Voorstander zijn van oplossingen, niet tegenstander van problemen.

Voorbeeld

We willen allemaal een veilig thuis, een plek waar je jezelf kan zijn. Of je familie nu al generaties in deze wijk woont, je naar Nederland kwam om te werken of op de vlucht was voor oorlog. Het waren VVD en BBB ministers die sociale huurwoningen in de uitverkoop zette en geen betaalbare huizen lieten bouwen. Om vervolgens mensen die hier heen vluchten de schuld te geven van de wooncrisis. Zodat mensen boos worden op mensen die vluchten in plaats van samen te werken aan het bouwen van meer betaalbare woningen. Want dat is wat we allemaal willen, een wijk waarin er een huis is voor iedereen. Alleen als we samen werken om de wooncrisis op te lossen gaat er een thuis zijn voor iedereen in deze wijk.

STROOMVERSNELLEERS 

The Opposition Message

The Britain has a proud history of helping women, minorities and legal immigrants to get ahead, but today it's the white working class that are left behind. We see it in towns that have been allowed to decline. We see it in schools, where white-working class boys have fallen behind the rest. The 'woke brigade' – obsessed with identity politics – try to shout down ordinary people and label us racist. They have gone too far, literally tearing down statues, trying to rewrite our history, and prioritising anyone who 'ticks the boxes'. As they talk down our country, we need to get on with the job of levelling up and unlocking potential. Britain succeeds when no one is left behind.

The Standard Progressive Message

In Britain diversity and inclusion is at the heart of our communities. It is unacceptable that if you're born into a deprived background, you'll have worse life chances. Or that structural inequalities means you'll face discrimination at every stage of your life. Whilst some people are trying to stoke divisions, they have now realised they are on the wrong side. Far from giving racism the red card, this government has given it the green light. We must keep our focus on the real issues: rebuilding our shattered economy, fixing deep-rooted insecurity and inequality, and tackling crime. We can't let ourselves get distracted by this so-called 'culture war'.

STROOMVERSNELLERS

The Opposition Message

- ✓ It is really well understood:
- people identify the woke brigade as the villain
 - the white working class/ and the British people are identified as the harmed group
 - the problem in society is “reverse racism” towards white people and PC/wokeism gone too far
 - Many were able to fill in the gaps with extra details, showing the message fits in with their world view

✓ People know this is a message about race – it generates many race-related responses in the recall

✓ Their message is effective: it fires up their Opposition, sustaining and increasing throughout the message AND it marginalises the Base

✓ 61% of the Opposition find the message highly believable, and so do 42% of the Persuadables

✓ 63% of the Opposition highly support the message, and so do 39% of the Persuadables

✓ 45% of the Opposition are highly likely to share the message, and so would 31% of the Persuadables

The Standard Progressive Message

- ✗ It is poorly understood, 1 in 3 could not grasp the message at all in the recall:
- the agents of the story are not clear
 - the term ‘culture war’ is what stood out most and participants often misinterpreted it as a criticism of “wokeism”

✗ People were confused by what the message was conveying

✗ This message appeals to Advocates a lot, but it appeals to the Base a lot less strongly. Overall, the message doesn’t marginalise the Opposition

✗ 46% of the Base find the message highly believable, and 37% of the Persuadables

✗ 45% of the Base highly support the message, and so do 35% of the Persuadables

✗ 38% of the Base are highly likely to share the message, and so would just 29% of the Persuadables

STROOMVERSNELLERS



Future Generations: Whether we are Black, white or brown, most of us want to make life better for the generations to come. But certain politicians, their super-rich friends and the media they own are endangering our future to benefit themselves. They are fuelling damage to our climate, selling off our NHS and slashing funding for our youth centres and schools. Then they spread lies about ethnic minorities, Muslims and people seeking asylum* to distract us from how their decisions harm us all. In the past, we joined together to create the NHS**, and today, we can work together across our differences to demand secure green jobs, good education, and a better future for all of us, our children and our grandchildren.

Good Life: Most of us put effort and pride into what we do, whatever our skin colour and whether we're caring for loved ones, grafting between jobs or working 9-5.* But certain politicians, their billionaire friends and the media they own harm us all by hoarding extreme wealth and power. They rig the system to rob people of a decent wage and refuse to contribute what they owe in tax. Then they blame Black and brown people, newcomers and families left struggling to make ends meet for the hardships the wealthy few created. When we pull together across our differences, we can make this a country where working for a living means earning a living, and we all have what we need to live a good life – no exceptions.

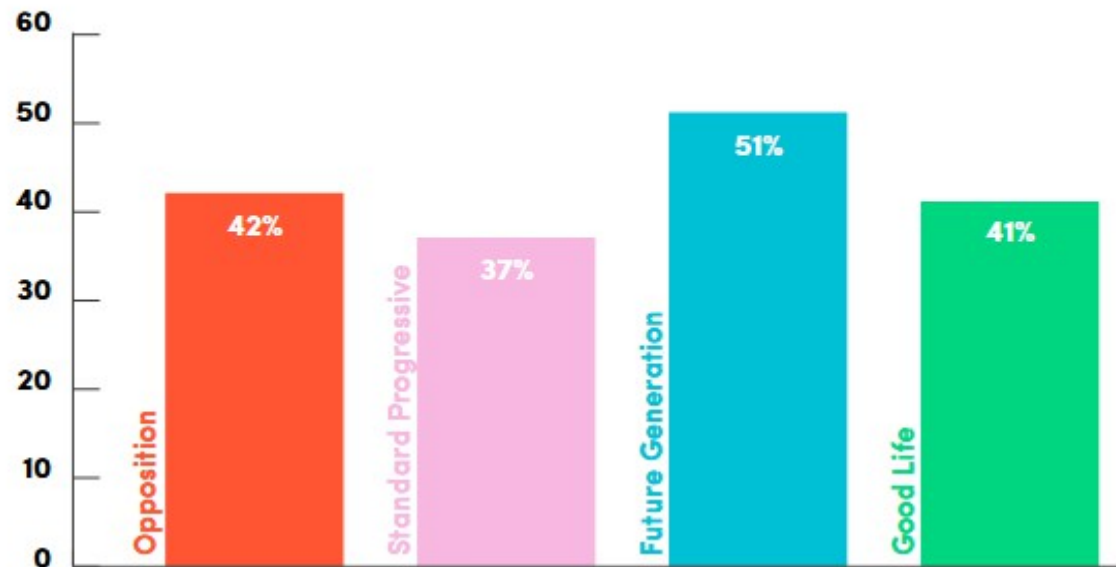
STROOMVERSNELLEERS



Persuadables evaluation of all four messages

Metric	Opposition Message	Standard Progressive Message	Future Gen Message	Good Life Message
Mean Agreement Dial*****	56.8	61.2	64.2	63.5
Believability	42%	37%	51%	41%
Support	39%	35%	49%	40%
Share	31%	29%	37%	34%

How believable Persuadables find each message



1. Als meer organisaties dit narratief als standaard gebruiken breken we het draagvlak voor zondenboek politiek af.
2. Organisaties zelf verhogen engagement en hun bereik als ze kleurklasse narratief gebruiken.
3. Kleurklasse narratief lost het keuze dilemma oude witte achterban versus nieuwe diverse achterban op.
4. Het herhalen van het Britse onderzoek in Nederland zal een beter begrip opleveren van welke frames hier het beste werken.

Wil je lid worden van het kleurklasse leer netwerk ?
mail peter@stroomversnellers.org

Evaluatie: [menti.com 52536865](https://menti.com/52536865)

STROOMVERSNELLEERS 