

Leidraad **Inclusieve communicatie & evenementen**



Colofon

Deze leidraad is een realisatie van het Steunpunt Inclusief Hoger Onderwijs (SIHO).

Voor verdere informatie, opmerkingen of een vorming over de leidraad neem je contact op met het SIHO via info@siho.be.

De digitale versie van de leidraad en de bijbehorende fiches vind je terug op de website van het SIHO (www.siho.be/publicaties).

Auteurs: Valerie Mertens, Kayo Quintens en Valérie Van Hees (Steunpunt Inclusief Hoger Onderwijs, SIHO).

Inhoudsopgave

Inclusieve communicatie	6
Wat is inclusieve communicatie?	7
Waarom streven naar inclusieve communicatie?	8
Welke houding veronderstelt inclusieve communicatie?	9
Een aantal vragen voor de start	10
Inclusief taalgebruik	11
Hanteer duidelijke taal	12
Kies de juiste woorden	16
Maak je taal toegankelijk	26
Inclusieve afbeeldingen	29
Ga voor heldere afbeeldingen	30
Kies beelden die bij je doelgroep passen	34
Maak je afbeeldingen toegankelijk	36
Inclusief audio- en videomateriaal	38
Maak begrijpelijk audio- en videomateriaal	39
Zet in op betrokkenheid	40
Maak je video en audio toegankelijk	41
Aan de slag met specifieke tips	43
Presentaties	
Tekstdocumenten	
Pdf's	
Sociale media	
Enquêtes	
Nieuwsbrieven	
Websites	
Evenementen	
Woordenlijst	45
Referenties	52





Voorwoord

We leven in een superdiverse maatschappij. Ras, etniciteit, gender, geloof, achtergrond en taal: het zijn maar enkele factoren die onze identiteit mee vormen.¹ Ook in het hoger onderwijs is diversiteit een realiteit. Heel wat studenten met achtergrondkenmerken – zoals zij-instromers, studenten met een functiebeperking, pioniersstudenten, beursstudenten, studenten met een migratieachtergrond – vinden de weg naar het hoger onderwijs.²

Inclusieve communicatie is de manier waarop je in een superdiverse samenleving communiceert om zo veel mogelijk mensen **te bereiken en te betrekken**. Belangrijk daarbij is dat je teksten en beelden **helder zijn, herkenbaar, vrij van stereotypen en toegankelijk**.³

Inclusieve communicatie houdt rekening met elke gender, leeftijd, etniciteit, geaardheid en achtergrond. Je betreft je doelgroepen actief bij het ontwerpen van je communicatie, zodat ze zich aangesproken voelen, jouw boodschap begrijpen én dat ze ook toegang hebben tot de informatie.⁴

Deze leidraad bespreekt de definitie van inclusieve communicatie en de drie principes. De leidraad bundelt concrete tips en fiches om je boodschap – zowel in taal als beeld, zowel online als offline – inclusief te ontwerpen. Je krijgt handvaten om je communicatie aan af te toetsen, of die nu naar studenten, collega's of ouders is gericht.

Woorden aangeduid in het **roze** staan omschreven in de woordenlijst achteraan. Hyperlinks zijn aangeduid met onderstreepte tekst.

1.

Inclusieve communicatie

Dit hoofdstuk introduceert het begrip ‘inclusieve communicatie’. Je krijgt inzicht in het belang ervan en ontdekt drie principes om inclusieve communicatie in de praktijk om te zetten. Het is handig daarbij te vertrekken van een communicatiematrix.

Wat is inclusieve communicatie?

Inclusieve communicatie is de manier waarop je in een **superdiverse** samenleving communiceert om zo veel mogelijk mensen te bereiken en te betrekken. Je teksten en beelden zijn daarbij helder, herkenbaar en vrij van stereotypen. Inclusieve communicatie houdt rekening met de diversiteitskenmerken van personen.⁵

Bij inclusieve communicatie gelden **drie principes** (Figuur 1):

- **Geef een duidelijke, heldere boodschap mee**, die verstaanbaar is. Dat kan door korte, actief geformuleerde zinnen te gebruiken en door je tekst te structureren. Maar ook beeldmateriaal kan bijdragen aan het begrip van je boodschap.
- **Betrek je doelgroep**. De personen tot wie je je richt, kunnen zich identificeren. Ze voelen zich erkend, gewaardeerd en betrokken. Dat doe je door stereotypen en vooroordelen te vermijden, na te denken over woordkeuze en op te letten met **microagressies**, maar ook door doordachte keuzes te maken op het vlak van beeld. Inclusieve communicatie zet in op **inclusie** en de **sense of belonging**: een omgeving creëren waarin elke student zich veilig, begrepen, gewaardeerd, gerespecteerd, betrokken en gehoord voelt.
- **Geef iedereen toegang tot je boodschap**. Je wilt iedereen bereiken. Door toegankelijke communicatiemiddelen te benutten en toegankelijkheidsregels op te volgen, garandeer je dat iedereen toegang heeft.



Figuur 1. Principes voor inclusieve communicatie

Ga bij het maken van communicatie of events na of je boodschap voldoet aan drie principes:

- is het helder, duidelijk?
- betrek je de doelgroep?
- is het voor iedereen toegankelijk?

Waarom streven naar inclusieve communicatie?

De maatschappij is **superdivers**. Ook in het hoger onderwijs is **diversiteit** een realiteit. Heel wat studenten met **achtergrondkenmerken**, zoals bijvoorbeeld zij-instromers, studenten met een functiebeperking, pioniersstudenten, beursstudenten en studenten met een migratieachtergrond, vinden de weg naar het hoger onderwijs.⁶

Inclusieve communicatie zorgt ervoor dat studenten zich **(h)erkend voelen in hun veelzijdigheid**. Je spreekt ze aan op een manier die voor hen authentiek aanvoelt. Representatie is een krachtig middel om stereotypen en vooroordelen te doorbreken én heeft een positieve impact op hoe de samenleving diversiteit ziet.

Toegepast op studenten hoger onderwijs:

- Door gebruik te maken van **verschillende communicatiekanalen en inclusieve manieren van communiceren** laat je zien dat je je bewust bent van en waarde hecht aan de diverse noden van (kandidaat)studenten. Het doel is dat iedereen je boodschap begrijpt.
- Het is belangrijk dat (kandidaat)studenten zich kunnen **identificeren** met de beelden, boodschappen en taal in je communicatie, zodat ze zich **vertegenwoordigd voelen** in je boodschappen en taalgebruik.
- Via inclusieve communicatie streef je naar **gelijkheid en rechtvaardigheid voor elke student**. Je wilt **alle studenten bereiken**. Je wil niemand rechtsreeks of onrechtstreeks uitsluiten. Daarvoor is het essentieel dat studenten – ook (kandidaat)studenten – toegang hebben tot informatie in een vorm die past bij hun behoeften.

Inclusieve communicatie en diversiteitsresponsief handelen zorgen er voor dat studenten zich erkend, gerespecteerd en betrokken weten en zich ook veilig en thuis voelen. Het bevordert **een inclusieve leeromgeving**, het **welbevinden** en leidt ook tot **betere prestaties**.⁷

Pas zoveel mogelijk tips uit de leidraad toe. Elke verandering zorgt ervoor dat iemand zich meer gewaardeerd en meer betrokken voelt.

Welke houding veronderstelt inclusieve communicatie?

De manier waarop je naar de wereld en andere mensen kijkt, beïnvloedt de manier waarop je communiceert. Inclusieve communicatie vereist daarom reflectie op je eigen positie en aannames. Het veronderstelt een **diversiteitsresponsieve aanpak** houding. Diversiteitsresponsief communiceren betekent dat je aandacht hebt voor de aanwezige diversiteit onder studenten en personeelsleden en deze waardeert. Je ziet elke vorm van diversiteit, zoals handicap, neurodiversiteit, sociaaleconomische en etnisch-culturele achtergrond, maar ook op het vlak van vooropleiding, leeftijd, levensbeschouwing, gender en seksuele identiteit als een meerwaarde. Je houdt rekening met de aanwezige verschillen en gaat in open dialoog over verschillende perspectieven.⁸

Of we het nu willen of niet, we hebben allemaal een beeld en associaties bij bepaalde culturen en nationaliteiten. Soms zijn dat negatieve associaties. Wanneer die betrekking hebben op een hele groep, spreken we van **vooroordelen**. Probeer je in je communicatie bewust te zijn van mogelijke vooroordelen en niet te focussen op de verschillen tussen jou en je gesprekspartner.

Inclusief of cultuursensitief communiceren betekent vanuit je eigen referentiekader naar een cultuur kijken, maar ook vanuit dat van de ander. Je luistert en probeert je in te leven in de ander. Bij dat soort communicatie ga je op een beschrijvende, niet-beoordelende manier te werk. Je zet nieuwsgierigheid en respect voorop. Je vermijdt stereotypen en verwijzingen naar irrelevante details. Je erkent positieve kwaliteiten in mensen. Je focust op overeenkomsten en gedeelde belangen.⁹

Je creëert een **'safe space'** waar open en veilig gesproken kan worden. Een 'safe space' of psychologisch veilig leerklimaat nodigt uit om elkaar in **gelijkwaardigheid** te ontmoeten. Het gaat om het respecteren van verschillen en daar niet meteen een oordeel over geven. Door je eigen oordeel op te schorten ontstaat een sociaal veilige ruimte waarin ieder zijn of haar eigen verhaal kan delen en je elkaar kan horen.¹⁰

Dit alles staat tegenover een **kleurenblinde benadering** waarbij je verschil afdoet als irrelevant en de nadruk legt op een zogenaamde 'neutrale' aanpak. Het staat ook tegenover een **deficit-benadering** waarbij je focust op stereotypen, verschillen en tekorten.¹¹

Een aantal vragen voor de start

Inclusief communiceren gaat over concrete situaties waarin specifieke wensen, vragen, behoeften van jouw doelgroep centraal staan. Sta – nog voor je je content maakt in welke vorm dan ook – even stil bij de volgende vragen. Die bepalen namelijk het middel, de taal, de beelden die je selecteert en de manier waarop je je boodschap formuleert.

- **Boodschap.** Wat wil je meegeven? En in de omgekeerde richting: weet je ook wat je doelgroep te weten wil komen?
- **Doelgroep.** Welke kenmerken typeert je doelgroep? Op welke manier ken je je doelgroep en hoe zou je die nog beter kunnen kennen?
- **Doel.** Wat wil je bereiken met je communicatie? Wat zijn de behoeften en belangen van je doelgroep? Misschien wil je gedrag uitlokken, zoals een inschrijving voltooien, deelnemen aan een enquête, betrekken, in interactie gaan, of eerder de tevredenheid verhogen, zichtbaarheid verhogen, een mening veranderen, een houding veranderen. Jouw communicatie kan ook als doel hebben te informeren of kennis doorgeven.
- **Hoe?** Welke middelen zet je in? Dezelfde inhoud kun je met verschillende media verspreiden. Maak bijvoorbeeld een onderscheid per doelpubliek. Denk aan een nieuwsbrief voor partners, en sociale media voor studenten. Bepaal meteen ook de frequentie: hoe vaak wil je je boodschap doorgeven. Voorzie je follow-up?
- **Evaluatie.** Maak ruimte voor verbetering door je eigen communicatie onder de loep te nemen. Hoe evalueer je de communicatie? Wat zegt de openratio van een nieuwsbrief? Wat zegt de responsratio van je enquête? Kan je communicatie toegankelijker, herkenbaarder of gemakkelijker te begrijpen zijn?

Door onderstaande matrix in te vullen (Figuur 2) sta je stil bij de keuzes die je maakt en stel je eventuele hiaten vast. Richt je je bijvoorbeeld naar een doelgroep die voor 90% uit mensen met een auditieve beperking bestaat, kies dan niet voor audiomateriaal.

Boodschap	Doelgroep	Doel	Hoe	Evaluatie
Wat wil je communiceren?	Naar wie?	Wat wil je bereiken?	Via welk middel, met welke frequentie, met follow-up?	Hoe ga je de communicatie beoordelen?

Figuur 2. Communicatiematrix

Laat je communicatie nakijken door een collega die niet bij de voorbereiding betrokken is. Leg je communicatie ook voor aan **testers uit de doelgroep** waarvoor de info bestemd is. Vraag hen of je boodschap duidelijk en inclusief is.

2.

Inclusief taalgebruik

Dit hoofdstuk zoomt in op inclusief taalgebruik. Met tips rond duidelijkheid, herkenbaarheid en toegankelijkheid kan je streven naar meer inclusie.

Inclusief taalgebruik erkent **diversiteit** en bevordert gelijke kansen. Je wilt maximaal rekening houden met iedereen. Je kan hierbij drie principes hanteren:

- **Duidelijkheid:** hanteer een duidelijke taal, zodat jouw publiek begrijpt wat jij wilt meedelen.
- **Herkenbaarheid:** hoe schrijf je respectvol voor en over anderen? Vermijd stereotypen en sta stil bij je woordkeuze om je publiek te betrekken.
- **Toegankelijkheid:** ga na of jouw boodschap voor iedereen toegankelijk is. Jouw geschreven taal of gesproken taal moet je doelgroep kunnen bereiken.

Hanteer duidelijke taal

Duidelijke taal is taal die door verschillende ontvangers gemakkelijk te begrijpen is, wat hun achtergrond, moedertaal of mogelijke beperkingen ook zijn. Het begint met je maximaal te verplaatsen in je doelpubliek. Wie zijn je lezers of luisteraars? Wat zijn hun behoeftes? Wat willen ze weten? Wat is het doel van je tekst? Hieronder volgen een aantal tips. Doe wat je kunt. Iedere aanpassing draagt bij aan een groter begrip van je tekst.

Ga voor eenvoudige woorden en korte zinnen

- **Kom meteen ter zake.** Vermijd lange en ingewikkelde zinnen. Die maken je boodschap onbegrijpelijk.
- **Gebruik korte zinnen.** Hou een maximum aan van circa 15 woorden per zin. Af en toe een zin van 10 of 20 woorden brengt wat afwisseling.
- **Vermijd passieve zinnen.** Probeer of een actieve zin de inhoud even goed of beter overbrengt.

In plaats van	Probeer eens
Jullie worden uitgenodigd.	We nodigen jullie uit.

- **Zeg wie wat doet.** Het voordeel van actieve zinnen is dat je duidelijk zegt wie wat doet.

In plaats van	Probeer eens
De facturen kunnen via overschrijving betaald worden.	Je kunt de facturen via overschrijving betalen.

- **Gebruik geen tangconstructies.** Bij tangconstructies staan bij elkaar horende woorden niet bij elkaar. Dat vermijd je door de samenstelling aan elkaar vast te schrijven.

In plaats van	Probeer eens
Bezorg ons het in maart door uw arts ingevulde en ondertekende formulier.	Bezorg ons het formulier dat uw arts in maart heeft ingevuld en ondertekend.
Benieuwd wat wij u aan kunnen bieden?	Benieuwd wat wij u kunnen aanbieden?

- **Zet het onderwerp vooraan in de zin.** Dat leest gemakkelijker.

In plaats van	Probeer eens
Volgende week dinsdag om 16:00 heb je een afspraak	Je hebt een afspraak op 15 januari om 16:00.
Als je wilt meedoen aan de activiteiten van X zul je je moeten inschrijven als niet-actief lid.	Je schrijft je in als niet-actief lid als je wilt meedoen aan de activiteiten van X.

- **Vermijd dubbele ontkenningen.** Vaak is het onduidelijk of je die als een versterkte ontkenning moet interpreteren of als een positieve zin.

In plaats van	Probeer eens
Ik heb nooit geen problemen met bellen.	Ik heb geen problemen met bellen.
Niemand kan het er niet mee eens zijn.	Iedereen is het er mee eens.

- **Gebruik de eenvoudigste taal** die geschikt is voor het document. Vermijd jargon, straattaal of technische termen, tenzij ze gepast zijn. Maak gebruik van eenvoudige woorden.
- **Controleer de begrijpbaarheid.** Via de tool [‘Is het B1?’](#) ga je na of een woord eenvoudig genoeg is.
- **Vermijd overbodige woorden.** Wat kun je schrappen? Vaak zorgen hulpwerkwoorden voor minder sterke teksten.
- **Vermijd figuurlijk taalgebruik.** Mensen die de communicatietaal niet op moedertaalniveau beheersen, personen met autisme of personen met een auditieve beperking interpreteren dat soms letterlijk. Letterlijk taalgebruik is beter te begrijpen. Opgelet dus met beeldspraak, spreekwoorden en gezegden.

In plaats van	Probeer eens
Wat is er aan de hand?	Wat is het probleem?
De stad omarmt digitaal betalen.	De stad geeft de voorkeur aan digitaal betalen.
Dat is een open deur intrappen.	Dat is voor iedereen duidelijk.

- **Gebruik je een letterwoord?** Schrijf dat dan de eerste keer voluit, met het letterwoord tussen haakjes.
- **Schrijf afkortingen voluit.** De eerste keer dat je afkortingen of acroniemen in de tekst gebruikt, schrijf je ze het best voluit.
- **Gebruik een communicatieve schrijfstijl** (ik- en jij-vorm) en een vriendelijke toon.

Hou de inhoud kort en bondig

- **Hou de inhoud kort.** Bedenk eerst wat je precies wilt meedelen en hoe dat zo kort en bondig mogelijk kan. Welke vragen zullen de lezers of gesprekspartners hebben bij deze boodschap? Wat is hun voorkennis?
- **Ga voor een eenduidige boodschap.** Je communicatie moet ondubbelzinnig zijn.
- **Heb je meerdere boodschappen,** overweeg dan om ze te spreiden.
- **Vermeld de belangrijkste boodschap in het begin** van je pagina of document.

Zorg voor een duidelijke structuur

- **Plaats belangrijke informatie aan het begin** van de zin en van de alinea. De eerste zin is de belangrijkste.
- **Bouw de informatie stapsgewijs of chronologisch op.**
- **Doseer.** Met witregels tussen twee alinea's breek je de tekst op in kleine, behapbare stukken.
- **Gebruik een opmaakstijl voor je opsommingen.** Dat kan met de functie 'opsommingstekens en nummering'. Maak je lijsten consistent, zodat ze telkens gemakkelijk te herkennen zijn.
- **Plaats tussenkopjes** om je tekst te structureren. Zo weten de lezers meteen welke informatie waar staat en kunnen gericht hun aandacht op een stukje tekst richten.
- **Controleer de titels.** Dekken die de lading van de tekst?
- **Leg de nadruk op essentiële aspecten** van de inhoud met extra markeringen of geef een samenvatting.
- **Gebruik verbindingswoorden.** Woorden als 'omdat', 'daarom', 'eerst', 'daarna', 'vervolgens' expliciteren de links tussen je gedachten. Ze helpen de lezer om verbanden te leggen en nemen dus werkdruk weg.
- **Schrijf de intro als laatst.** Zo sluit die het best bij de inhoud aan.
- **Verduidelijk je vraag** door opties mee te geven:

In plaats van	Probeer eens
'Bij welke dienst ben je langs geweest?'	'Bij welke dienst ben je langs geweest: bij de dienst studentenvoorzieningen (stuvo), bij de dienst internationalisering of bij de dienst studiebegeleiding?'

- **Stel een bijvraag.** Was je eerste vraag niet duidelijk of moeilijk te beantwoorden, dan kan dat helpen. Geef de student eerst tijd om te reageren.

In plaats van	Probeer eens
'Bij welke dienst ben je langs geweest?'	'Bij welke dienst ben je langs geweest: bij de dienst studentenvoorzieningen (stuvo), bij de dienst internationalisering, bij de dienst studiebegeleiding?'
	...
	'Weet je nog waar het was?'

Maak je tekst begrijpelijk met typografische opmaak

- **Benadruk tekst.** Benadruk elementen door vette tekst te gebruiken. Gebruik geen volledige woorden in hoofdletters (all caps); vermijd cursieve en onderstreepte tekst.
- **Duid hyperlinks aan** met onderstreepte tekst.
- **Vermijd het gebruik van kleur alleen.** Als je met kleur wilt benadrukken, doe dat dan in combinatie met vette tekst.
- **Verzorg de tekstvormgeving.** Consistente opsommingen, een aanvaardbare regellengte en een leesbaar lettertype dragen bij aan de begrijpbaarheid. Deze tips komen ook aan bod in het onderdeel '[Toegankelijke tekst](#)'.
- **Gebruik kopteksten en stijlen** bij de opmaak van je koppen. Door een consistente lay-out maakt de lezer snel het onderscheid tussen de verschillende koppen en subkoppen.
- **Kies voor een monospace lettertype (voor cijfers).** Als je lijsten met cijfers meegeeft, kies dan voor een lettertype waarbij de cijfers een vaste breedte hebben. Op die manier staan de cijfers netjes onder elkaar en zie je meteen welk cijfer het grootst is.
- **Bij data: gebruik cijfers,** maar schrijf de maanden voluit, bijvoorbeeld '8 november'.

Vat samen

- **Vat mondeling samen.** In een dialoog kun je je gesprekspartner vragen de boodschap samen te vatten (terugvraagmethode). Stel controlevragen om te kijken of die alles begrijpt.
- **Vat schriftelijk samen.** Voeg op een website, in een nieuwsbrief een samenvattend blok toe. Zo krijgen ook de meest gehaaste lezers essentiële info mee. De samenvatting kan eventueel puntsgewijs.

Kies de juiste woorden

Sommige woorden kwetsen, ook als dat niet de bedoeling is. Volgende tips helpen je de juiste woorden te kiezen. Een algemeen advies: met de woorden die de doelgroep zelf aangeeft, zit je altijd goed.

In dit onderdeel krijg je een aantal algemene tips, maar je ontdekt ook welke woorden je het best kiest als het gaat over gender en seksualiteit, nationaliteit en etniciteit, huidskleur, religie en handicap.



TIP: hanteer hun eigen taal

Kies voor woorden die personen met bepaalde achtergrondkenmerken zelf gebruiken om zich te beschrijven. Zo creëer je een omgeving waar ze zich gewaardeerd voelen en zichzelf kunnen zijn. Er ontstaat een **sense of belonging**. Inclusief taalgebruik houdt maximaal rekening met de manier waarop deze groepen aangesproken willen worden.

Algemene tips

- **Maak van een eigenschap geen eigennaam.** Wees empathisch in je taalgebruik. Verwijs alleen naar iemands identiteit als dat relevant en noodzakelijk is. Definieer mensen niet op basis van hun demografische kenmerken of maatschappelijke labels.

In plaats van	Probeer eens
Voor die opdracht werk ik samen met de homo en de Aziat.	Voor die opdracht werk ik samen met Sam en Max.

- **Zorg dat je boodschap je publiek niet beledigt.** Gebruik taal die de persoon voorop plaatst. Vermijd om personen te definiëren in termen van hun kenmerk. In het geval van functiebeperking betekent dit dat je de verwijzing naar de beperking plaatst na de verwijzing naar de persoon.

In plaats van	Probeer eens
Een gehandicapte persoon.	Een persoon die leeft met een handicap of beperking.
	Een persoon met een handicap.

- **Vraag hoe je doelgroep aangesproken wil worden.** Weet je niet zeker hoe je naar bepaalde mensen verwijst, aarzel dan niet om dat op een respectvolle manier te vragen.
- **Voorzie context.** Hou rekening met de voorkennis en leefwereld van je doelpubliek. Soms helpt het om een persoon voor ogen te houden met bepaalde kenmerken (een persona). Dat vergemakkelijkt het schrijven.
- **Scan je taalgebruik.** Wees voorzichtig met afkortingen, dialect en formele taal. Zo schep je een afstand, terwijl je net op zoek bent naar verbinding. Vermijd figuurlijk taalgebruik. Voorbeelden verduidelijken je boodschap.
- **Spreek mensen met hun voornaam aan** als je die kent. Ook op een website, in een nieuwsbrief of in een online formulier kun je de ervaring personaliseren. Een vaak gebruikt label is [user] of *FNAME* waarmee je bijvoorbeeld kunt maken: ‘Welkom, [user]’ bovenaan de pagina. Zo verhoog je de betrokkenheid.
- **Gebruik de ik-taal en spreek namens jezelf.** Begin je zin met ‘ik zie’, ‘ik vind’, ‘ik denk’...

In plaats van	Probeer eens
Het is onaanvaardbaar.	Ik vind het onaanvaardbaar.

- **Vul niet in voor anderen.** Vraag gewoon wat je wilt weten. Veronderstellingen kunnen leiden tot misverstanden.
- **Stel open vragen.** Zo geef je ruimte voor een genuanceerder antwoord dan ‘ja’ of ‘nee’.
- **V voorkom wij-zij-tegenstellingen.** Die zetten aan tot spanningen.
- **Aarzel niet om af te toetsen** hoe je overkomt. Vraag eventueel raad aan je collega's.



TIP: Met een bevraging van je doelgroep verhoog je de betrokkenheid

Wie is de doelgroep waar jij materiaal voor ontwikkelt? Maar vooral, wat wil die doelgroep? Je doelpubliek leest of beluistert je boodschap met een reden.

Wil je je materiaal maximaal laten aansluiten bij je doelgroep? Ga na aan welke informatie je doelpubliek behoefte heeft en welke vorm of toepassing de voorkeur geniet. Mogelijks ontwikkel je materiaal met bepaalde vragen van studenten in het achterhoofd. Is het een idee om de studenten te betrekken bij de uitwerking van de inhoud of de vorm, of later, bij het testen van je materiaal? Door te vragen naar feedback van je studenten, creëer je ook een omgeving waarin ze zich gehoord voelen.

Raadpleeg de [fiche 'inclusieve enquêtes'](#) om je bevraging inclusief op te stellen.

Gender en seksualiteit¹²

Inclusieve communicatie richt zich tot iedereen, ongeacht het **geslacht**, de **seksuele oriëntatie**, de **genderidentiteit** en **genderexpressie**. Genderinclusief taalgebruik wil de stereotypering verminderen en streeft naar meer gelijkheid. Genderneutraal taalgebruik behandelt iedereen gelijk en bestendigt geen stereotype opvattingen van genderrollen.

Wees je bij het afwegen van genderneutrale alternatieven altijd bewust van een mogelijke dubbelzinnigheid of betekenisverschuiving. Wat kun je concreet doen?

- **Gebruik genderneutrale titels** als ‘Mx’, in plaats van ‘Beste mevrouw’ en ‘Beste meneer’. Je kunt ook schrijven ‘Beste’ en de volledige naam.
- **Gebruik genderneutrale voornaamwoorden** als ‘die/hen/hun’ om **misgendering** te voorkomen. Onderstaand schema toont welk genderneutraal voornaamwoord je in plaats van welke binaire voornaamwoorden best gebruikt.

Gender	Voorbeeldzin		
mannelijk	hij hij zal erbij zijn	hem hij geeft hem meer tijd	zijn dat is zijn laptop
vrouwelijk	zij zij zal erbij zijn	haar hij geeft haar meer tijd	haar dat is haar laptop
non-binair	die die zal erbij zijn	hen hij geeft hen meer tijd	hun dat is hun laptop

Figuur 3. Overzicht van genderneutrale voornaamwoorden

- **Vind je het moeilijk leesbaar?** Vaak bemoeilijkt een opsomming van voornaamwoorden de leesbaarheid. Bijvoorbeeld: ‘De student moet zijn/haar/hun opdracht ten laatste donderdagavond indienen zodat de docent hem/haar/hen tijdig kan beoordelen.’ Enkele tips om je boodschap leesbaarder over te brengen zonder iemand te schofferen.

Probeer eens	Voorbeeld
De meervoudsvorm	Studenten moeten hun opdracht ten laatste donderdagavond indienen zodat de docent hen tijdig kan beoordelen.
De aanspreking, in 2de persoon	Zorg dat jouw opdracht ten laatste donderdagavond ingediend is, zodat de docent jou tijdig kan beoordelen.
De gebiedende wijs	Dien jouw opdracht ten laatste donderdagavond in.
De passiefvorm	De opdrachten moeten ten laatste donderdagavond ingediend worden.
Herhaling van het zelfstandig naamwoord	De studenten moeten hun opdracht ten laatste donderdagavond indienen zodat de docent de studenten tijdig kan beoordelen.
Een lidwoord i.p.v. de bezitsvorm	De studenten moeten de opdrachten ten laatste donderdagavond indienen.

- **Ga bij een transgender persoon na met welke voornaam je die mag aanspreken.** Zo vermijd je dat je hun geboortenaam (**deadname**) gebruikt.
- **Vermeld jouw voornaamwoorden in je handtekening,** zoals in onderstaand voorbeeld.

Met vriendelijke groeten,
 Ülku Kliçli (zij, haar*)
 +32 478 000 000

*Niet iedereen voelt zich 'man' of 'vrouw'. Genderidentiteit kan je niet afleiden uit een voornaam. Daarom zet ik in mijn handtekening de voornaamwoorden die bij mij horen (zij/haar). Zo toon ik mijn solidariteit met de regenbooggemeenschap. Want iedereen moet vrij een genderidentiteit kunnen beleven. Meer info: <https://cavaria.be/voornaamwoorden-in-e-mail>

Figuur 4. Voorbeeld van een e-mailhandtekening met voornaamwoorden

- **Vermijd binair taalgebruik** om inclusiever te zijn voor personen van alle genders. Een aanspreking als 'dames en heren' gaat uit van een binair model. Zeg liever 'allemaal', bijvoorbeeld bij aanspreking van een groep: 'Dag allemaal' in plaats van 'Beste dames en heren'.
- **De overkoepelende term voor groepen die niet onder de heteronorm vallen, is LGBTQI+** Spreek je over een specifieke groep, dan gebruik je beter de specifieke term; homoseksuelen bijvoorbeeld.
- **Ver kies de term 'seksuele oriëntatie'**, boven het verouderde 'seksuele geaardheid'. Die laatste impliceert dat je seksualiteit vastligt.

Samenvattend:

In plaats van	Probeer eens
Dames en heren	Iedereen Allemaal Diegene Die mensen
Beide genders Het andere geslacht	Alle genders
Beste dames en heren	Dag allemaal, Beste mensen Welkom iedereen, Geachte lezer...
Anders geaarden	Homo, gay, homoseksueel, biseksueel, aseksueel persoon, lesbisch
Een transseksueel Een transgender	Een trans vrouw Een trans man Een transgender persoon Een trans persoon

TIP: vraag aan de doelgroep zelf hoe die wil aangesproken worden.

Nationaliteit en etniciteit¹³

Als je inzet op betrokkenheid en verbondenheid, wil je niet onbewust racistisch overkomen. Deze tips helpen je op weg.

- **Verwijs alleen naar iemands afkomst als dat relevant is.** Stel jezelf de vraag of je niet op een andere manier naar de persoon in kwestie kunt verwijzen.
- **Wees zo specifiek mogelijk** als je toch verwijst naar iemands (etnische) achtergrond of nationaliteit. Zeg bijvoorbeeld liever een ‘Braziliaanse voetballer’ dan een ‘Zuid-Amerikaanse voetballer’ of een ‘allochtone voetballer’.

Niet inclusief ✘	Inclusief ✔
Een Zuid-Amerikaanse voetballer Een allochtone voetballer	Een Braziliaanse voetballer
‘Marokkanen kiezen vaker voor de opleiding Economie dan Turken.’	‘Studenten van Marokkaanse afkomst kiezen vaker voor de opleiding Economie dan studenten met Turkse roots.’
‘Mijn vriend is een Mexicaan.’	‘Mijn vriend is van Mexicaanse afkomst.’

- **Vermijd termen met een negatieve connotatie**, zoals ‘allochtoon’, ‘vreemde’ of ‘vreemdeling’. Zeg liever ‘persoon met een migratieachtergrond’.

Niet inclusief ✘	Inclusief ✔
Allochtoon Vreemde Vreemdeling	Persoon met een migratieachtergrond

- **Gebruik namen van continenten** in plaats van termen die het Westen als referentie nemen. Samengestelde termen met ‘Ver’, ‘Midden’, ‘Nabij’ drukken uit hoe ver een regio ten opzichte van Europa is, bijvoorbeeld ‘het Verre Oosten’, ‘het Midden-Oosten’.

Niet inclusief ✘	Inclusief ✔
Midden-Oosten	Zuidwest-Azië

- **Gebruik terminologie die zo weinig mogelijk stigmatiseert** als je de specifieke afkomst niet kent. Probeer het wij-zij-denken niet te versterken. Zeg liever ‘mensen met een migratieachtergrond’, ‘persoon van ... origine’, ‘persoon met ... roots’ in plaats van ‘allochtoon’, ‘vreemdeling’, ‘vreemde’.



TIP: Communiceer cultuursensitief

Of we het nu willen of niet, we hebben allemaal een beeld en associaties bij bepaalde culturen en nationaliteiten. Soms zijn dat negatieve kenmerken. Wanneer die toekennen betrekking hebben op een hele groep, spreken we van **vooroordelen**. Probeer je in je communicatie bewust te zijn van mogelijke vooroordelen en niet te focussen op de verschillen tussen jou en je gesprekspartner.

Cultuursensitief communiceren betekent vanuit je eigen referentiekader naar een cultuur kijken, maar ook vanuit dat van de ander.¹⁴ Je luistert en probeert je in te leven in de ander. Bij dat soort communicatie ga je op een beschrijvende, niet-beoordelende manier te werk. Je zet nieuwsgierigheid en respect voorop.

Hoe doe je dat concreet?

1. Maak contact met de ander. Stel vragen, luister, vraag door. Zie het als een uitwisseling, niet als een ondervraging.
2. Toon begrip door samen te vatten en eventueel emoties te erkennen.
3. Ben je niet akkoord? Geef jouw kant van het verhaal en argumenten. Trek conclusies en zoek samen naar oplossingen.

Huidskleur¹⁵

- **Vermeld de huidskleur alleen** als die ertoe doet. Doet de kleur er niet toe, laat die dan onvermeld.
- **Benoem mensen met een andere huidskleur als ‘personen van kleur’**. In het Engels bestaat de uitdrukking ‘people of colour’. Die verwijst naar mensen met een donkerder huidskleur (dan wit). In het Nederlands gebruiken we de omschrijving ‘mensen van kleur’ of ‘mensen met een kleur’ en ‘gekleurde mensen’.
- **Benoem mensen naar de huidskleur die ze hebben**. We spreken niet over ‘niet-wit(te mensen)’, ‘niet-zwart(e mensen)’ of ‘mensen zonder kleur’, maar over ‘zwarte mensen’ en ‘witte mensen’. Gebruik het woord ‘mens’ in combinatie met de kleur, zo zet je de persoon centraal.
- **Spreek over ‘zwart’ of ‘zwarte mensen’**. Het is momenteel internationaal de meest gebruikte en aanvaarde term voor mensen met een donkere huidskleur. Vermeld ‘mensen’ om hen niet te reduceren tot die ene eigenschap.
- **Gebruik bij voorkeur de term ‘wit’ in plaats van ‘blank’** om te verwijzen naar huidskleur. ‘Blank’ is geen kleur, en heeft vaak een koloniale connotatie.

Samenvattend:

Niet inclusief ✗	Inclusief ✓
Kleurlingen	Mensen van kleur Mensen met een kleur Gekleurde mensen
Niet-witte mensen Zwarten Niet-zwarte mensen Witten	Zwarte mensen Witte mensen
Blanke mensen	Witte mensen

Religie

- **Gebruik woorden die niet verwijzen naar een specifieke religie**. Zeg bijvoorbeeld ‘Prettige feestdagen’ in plaats van ‘Vrolijk kerstfeest’, wat een meer open en inclusieve begroeting is voor mensen die geen Kerst vieren.

Niet inclusief ✗	Inclusief ✓
Vrolijk kerstfeest	Prettige feestdagen

- **Spreek personen niet aan op basis van hun religieuze kenmerken**. Het kan helpen om een lijst met namen bij de hand te hebben. Zeg bijvoorbeeld niet ‘meisje met de hoofddoek’ of ‘moslima’, maar ‘Sarah’.
- **Spreek over verschijnselen en niet over groepen**. Ga dus voor ‘varkensvleesverbod’ en niet voor ‘joden en moslims eten geen varkensvlees’. Zo geef je de ander de ruimte.

Handicap¹⁶

- **Gebruik taal die de persoon zelf hanteert**, zodat je mensen niet definieert in termen van hun beperking.
- **Vermijd de term ‘normale persoon’**. Als je een persoon zonder beperking een ‘normale persoon’ noemt, impliceer je dat mensen met een beperking ‘abnormaal’ zijn. Zeg liever ‘persoon zonder beperking’ als je de tegenstelling wilt maken.
- **Begin met het woord ‘persoon’**. Praat bijvoorbeeld over ‘personen met een handicap’ of ‘personen die leven met een handicap’ in plaats van ‘gehandicapte personen’. De handicap of beperking is maar één aspect van hun identiteit.
- **Let op voor ‘validisme’** (Engels: ableism). Validisme is de discriminatie, marginalisering en stigmatisering van mensen met een functiebeperking op grond van hun lichamelijke of verstandelijke gesteldheid.
- **Er is een kantelbeweging bezig** in verband met de juiste termen om naar personen met een beperking te verwijzen. Tot voor kort was het minder gebruikelijk om een persoon met autisme als een autist te benoemen. Tegenwoordig verkiezen personen met autisme vaak om als ‘autist’ benoemd te worden omdat ze trots zijn op hun **neurodiversiteit**.

Onderstaande lijst kan handig van pas komen:

Niet inclusief ✘	Inclusief ✔
Normale personen	Personen zonder beperking
Een gehandicapte persoon Een mindervalide Een invalide Een andersvalide	Een persoon met een handicap Een persoon die leeft met een handicap Een persoon met gehoorproblemen
Een persoon met autismespectrumstoornis	Een persoon met autisme Een autist
Een ADHD'er	Een persoon met ADHD
Een rolstoelpatiënt	Rolstoelgebruiker

Let op met microagressies

Microagressies zijn dagelijkse uitspraken of gedragingen die kleinerende boodschappen sturen naar bepaalde personen omdat ze tot een bepaalde groep behoren.

Microagressies kunnen impliciet gebeuren of zelfs onzichtbaar zijn voor anderen. De impact van microagressies ligt in het feit dat ze vaak niet als agressie herkend worden. Het is daarom soms moeilijk zich ervan bewust te zijn of ze aan te kaarten.

Figuur 5 illustreert een aantal voorbeelden.



Figuur 5. Voorbeelden van microagressies

Als je iemand wilt aanspreken met een moeilijk leesbare of uitspreekbare naam, probeer dit dan toch en toets even af of de uitspraak klopt. Het is gemakkelijk om je ervan af te maken met “of zoiets” maar het komt niet respectvol over.

Weet je niet zeker hoe je naar bepaalde mensen verwijst? Aarzel dan niet om op respectvolle manier te vragen hoe ze zelf aangesproken willen worden.

Maak je taal toegankelijk

Toegankelijke tekst¹⁷¹⁸¹⁹²⁰

Toegankelijke tekst is vlot leesbare tekst. Met de opmaak van je tekst vergroot je de leesbaarheid en toegankelijkheid.

- **Kies voor een lettertype zonder schreef** (sans serif). Dat lettertype heeft geen streepjes aan de uiteindes van de schouders en voetjes, en is daardoor altijd goed leesbaar. Arial, Helvetica, Verdana en Calibri zijn voorbeelden van schreefloze lettertypes.

Opgelet, in Arial, Helvetica en Calibri lijken sommige tekens hard op elkaar, bv l I. Je ziet moeilijk het verschil tussen de letter l van 'lang' en de hoofdletter i. In Verdana is dat verschil wel duidelijk. Bij sommige lettertypes lijkt de 1 ook op een L of i, namelijk als er geen streepje aan vasthangt.

- **Kies voor een goede lettergrootte.** Afhankelijk van het medium zijn volgende lettergroottes aan te raden:

Medium	Minimum grootte lettertype	Regelafstand
Presentatie (vb PowerPoint)	24 pt	automatisch
Folders (vb Word bestand)	12 pt	1,5
Website	16 pt	automatisch
Nieuwsbrief	14 pt	1,5

Figuur 6. De aangeraden lettertypegrootte en regelafstand voor ieder medium

- **Kies voor vet om zaken te benadrukken.** Vermijd het gebruik van hoofdletters (all caps of kapitaalschrift), cursieve en onderstreepte woorden. Gebruik vet om zaken te benadrukken, onderstreep om hyperlinks aan te duiden.
- **Maak gebruik van kopteksten en stijlen voor titels.** Hulpsoftware leest die beter en ze structureren meteen je bestand. Werken met stijlen kan in Powerpoint, Word, Indesign en ook in websites.
- **Lijn de tekst links uit.** Dat vergroot de leesbaarheid. Een uitgevulde tekst bemoeilijkt het lezen omdat de afstand tussen de woorden niet altijd gelijk is.
- **Zorg voor voldoende contrast tussen de tekst en de achtergrondkleur.** Let op: gebruik nooit puur zwart (kleurcode #000000) voor je tekst en puur wit (kleurcode #ffffff) voor de achtergrond, maar kies een donkergrijze variant zoals #212427. Als het contrast te groot is, moeten je ogen harder werken – en je wilt net vermoeidheid voorkomen. Er bestaan gratis online contrastcheckers om na te gaan of het contrast voldoende is, zoals [Coolers.co](https://coolers.co), bijvoorbeeld.

- **Let op met het gebruik van kleur in teksten.** Gebruik kleur op zo'n manier dat alles, zoals plus- of minpunten, ook duidelijk is in zwart-wit. Sommigen drukken je bestand af met een zwart-witprinter. Mensen met **kleurenblindheid** kunnen moeilijk kleuren onderscheiden, bijvoorbeeld tussen rood- en groentinten. De leesbaarheid verhoog je door de kleuren die je kiest donkerder of lichter in te stellen. Maak bijvoorbeeld het rood donkerder dan het groen of omgekeerd. Als ze dezelfde 'helderheid' (lightness) hebben, is het moeilijk ze te onderscheiden. Je kunt in Word en PowerPoint even nagaan hoe je document er in grijswaarden zou uitzien. Klik bovenin het lint op het tabblad 'Beeld' en daarna in het vak 'Kleur/grijswaarde' op 'Grijswaarde'.
- **Respecteer 45-75 karakters per regel.** Regels met te veel karakters zijn vermoeiend om te lezen. Het algemene ideaal is vastgesteld op 66 karakters per tekstregel (dat zijn ongeveer 8 tot 12 woorden). Door dat ideaal zoveel mogelijk aan te houden, ziet de lezer net het eerste woord op de volgende regel. Bovendien kan die hierdoor de tekst snel scannen op trefwoorden en gemakkelijk uitzoeken of het artikel relevant is.
- **Sla tekst niet op als afbeelding.** Tekst die je opslaat als afbeelding is niet leesbaar. Zijn er in jouw document afbeeldingen die tekst bevatten, een printscreen of een jpeg met tekst erin bijvoorbeeld, dan is dat niet leesbaar voor Adobe Acrobat, noch voor een **schermlezer**. Bij sociale media heb je vaak geen andere keuze. Maar als je de tekst bij andere media zoveel mogelijk uit de afbeelding haalt, maak je die al een stuk toegankelijker.



Praktische tips voor een inclusief een-op-een-gesprek

Een snelle babbel tijdens de koffiepauze, een student die informatie zoekt, een voorbijganger die je de weg vraagt ... Communicatie is divers en vind je overal terug. Een gesprekspartner met een andere moedertaal of met een auditieve beperking: hoe ga je ermee om?

Volgende tips zijn breed inzetbaar: iedereen heeft baat bij een **persoonlijke aanpak**. Het is altijd fijn als de taal op de ontvanger afgestemd is. Je houdt rekening met de voorkennis en taalkennis van je gesprekspartner.

- **Richt je tot de persoon** met wie je spreekt (persoon met auditieve beperking, persoon met een andere eerste moedertaal...) zelf en niet tot de begeleider.
- **Ga bij de personen zelf na welke talen ze begrijpen** en welke communicatievormen werken.
- **Probeer verschillende communicatievormen uit**, en neem hier tijd voor. Delen jullie geen gemeenschappelijke taal, stel het gesprek dan uit zodat je een tolk kunt voorzien.
- **Controleer of de persoon je begrijpt**. Stuur bij wanneer en waar nodig. Herhaal en herformuleer.
- **Gebruik heldere taal** en korte zinnen, zie tips in het onderdeel '[Hanteer duidelijke taal](#)'.
- **Gebruik je intonatie** om de nadruk te leggen op de belangrijkste informatie die je wilt doorgeven.
- **Maak altijd oogcontact**. Ook als de persoon in kwestie je niet begrijpt wegens een andere moedertaal of een auditieve beperking. Het is verleidelijk je tot de tolk of de begeleider te wenden.
- **Zorg ervoor dat je mond en gelaat goed zichtbaar zijn**. Dat is vooral handig voor wie lipleest, maar ook voor anderen.
- **Gebruik mimiek en lichaamstaal** ter ondersteuning, maar niet alleen. Ze mogen je boodschap niet vervangen.
- **Vermijd omgevingslawaaï**. Storende geluiden zijn extra prikkels om uit te schakelen.
- **Gebruik visuele informatie ter ondersteuning**, maar niet uitsluitend (foto, kalender, routeplanner, pictogrammen...). Zie tips in het onderdeel '[Inclusieve afbeeldingen](#)'.
- **Denk cultuursensitief**. Hou rekening met de culturele achtergrond en waarden van je gesprekspartner, zonder te oordelen. Zie [tip 'Communiceer cultuursensitief'](#).
- **Hou er rekening mee dat iemand een B1 kan hebben**, maar bijvoorbeeld goed presteert op het vlak van schrijven en minder op het vlak van spreken door spreekdurf.

3.

Inclusieve afbeeldingen

Dit hoofdstuk zoomt in op inclusief beeldgebruik. Je krijgt tips voor de selectie en inzet van beeldmateriaal.

Inclusief beeldmateriaal erkent **diversiteit** en bevordert **inclusie** door **drie principes** te hanteren:

- **Duidelijkheid:** beelden dienen bij te dragen aan het begrip van je boodschap. Je vindt tips terug rond hoe je duidelijk beeldmateriaal selecteert, dat gemakkelijk te interpreteren is.
- **Herkenbaarheid:** doorbreek het normatieve beeld en vermijdt stereotypering. Breng ook diversiteit in beeld om je publiek te betrekken.
- **Toegankelijkheid:** ga na of jouw materiaal voor iedereen toegankelijk is, ook voor mensen met een visuele beperking.

Ga voor heldere afbeeldingen

Niet alleen klare taal, maar ook afbeeldingen verhelderen je boodschap. Op voorwaarde dat ze aansluiten bij de inhoud. Zijn de afbeeldingen niet duidelijk of niet relevant, dan begrijpt niet iedereen ze en is je boodschap minder inclusief. Deze checklist zet je op weg.

Kies beelden uit die inhoud communiceren

Ga voor beelden met inhoud boven beelden die de tekst aantrekkelijk maken. Kortom, selecteer beelden met educatieve waarde. Denk bijvoorbeeld aan illustraties die stappen in een instructie verduidelijken of die precies laten zien hoe het verteringsstelsel eruitziet.

- **Ga na of de tekst hetzelfde weergeeft** als de beelden. Of omgekeerd. Kies daarom voor afbeeldingen die overeenkomen met de boodschap die je overbrengt.
- **Toon alleen essentiële beelden.** Beelden zeggen meer dan woorden, maar alleen als ze educatieve waarde hebben.
- **Kies voor eenduidig beeldmateriaal.** Ga na of je het beeld op verschillende manieren kunt opvatten. Het liefst wil je maar één mogelijke interpretatie.
- **Plaats relevantie voorop.** Ga na of de illustraties en tabellen consistent en relevant zijn voor de inhoud. Decoratieve elementen verwijder je; die leiden de aandacht af.
- **Vermeld expliciet de boodschap of het verband.** Dat is vooral handig bij grafieken. Wat moet de grafiek precies illustreren?

Kies het juiste type afbeelding

Je hebt veel keuze: foto's, pictogrammen, illustraties, printscreens, grondplannen, tabellen, grafieken, schema's enzovoort. Welke afbeelding maakt je boodschap nog duidelijker?

Kies een afbeelding in functie van het doel. Volgende criteria kun je meenemen om een keuze te maken:

- **Hoe realistisch moet de afbeelding zijn?** Foto's zijn herkenbaarder dan illustraties of iconen. Ze zijn gemakkelijker te interpreteren. Vergelijk bijvoorbeeld een illustratie van een computerscherm en dat van een televisiescherm. Een foto is eenduidiger, want de illustratie kan zowel een televisiescherm als een computerscherm uitbeelden.
- **Hoe eenvoudig moet de afbeelding zijn?** Een illustratie communiceert beter dan een foto de essentie, omdat er minder randinformatie aanwezig is. De student moet minder informatie wegfilteren. Vergelijk bijvoorbeeld een illustratie met een foto van iemand die loopt. Een foto bevat meer informatie (omgeving, weer, humeur, gender, merkkledij, etniciteit, overbodige voorwerpen ...).
- **Hoe eenduidig moet de betekenis zijn?** Pictogrammen zijn heel eenduidige afbeeldingen. Je vindt ze dan ook vaak bij signalisatie in gebouwen. Ook in handboeken staan geregeld pictogrammen (lezen, schrijven, luisteren). Het is beeldmateriaal waarbij de betekenis dikwijls universeel vastligt.

TIP 1

Ga na welke pictogrammen in jouw instelling voorhanden zijn. In het ideale geval gebruikt iedereen binnen dezelfde organisatie dezelfde pictogrammen. Zo vermijd je verwarring.

TIP 2

Let erop dat je aan een pictogram met een bepaalde betekenis niet nog een andere betekenis koppelt. Een pictogram moet gemakkelijk te begrijpen zijn.



Kies kwalitatief materiaal

Wazige of gepixelde beelden zijn niet duidelijk. Zorg ervoor dat de beelden van voldoende hoge kwaliteit zijn met volgende checklist.

- **Ga voor scherpte.** Onscherpe, gepixelde en wazige beelden zijn moeilijk te begrijpen.
- **Kies voor afbeeldingen zonder achtergrond,** als die geen meerwaarde biedt. Afbeeldingen met een gerasterde of drukke achtergrond vervang je het best door afbeeldingen zonder achtergrond.
- **Ga de helderheid en het contrast na.** In Word breng je via het lint 'Afbeeldingsindeling' correcties aan in zowel helderheid als contrast. In Google Doc volstaat een rechtermuisklik om toegang te krijgen tot afbeeldingsopties.
- **Verkiez natuurlijk licht** boven een flits of onderbelichte foto's.
- **Ga voor rechte lijnen.** Zorg er bijvoorbeeld voor dat de horizon recht gefotografeerd is.
- **Scan op overbodige voorwerpen.** Die kunnen de interpretatie van je foto verstoren.
- **Selecteer een afbeelding in functie van het medium.** Voor een verhaal op sociale media kies je een staand beeld, op Instagram ga je eerder voor een vierkant beeld. In slides of liggende video's zijn liggende beelden ideaal. De ideale afmetingen voor ieder kanaal vind je online terug.
- **Ga na hoe groot een afbeelding is** en hoe groot die moet zijn voor je communicatie. Te kleine afbeeldingen vergroten levert slechte kwaliteit op. Voor een PowerPoint-presentatie kies je bijvoorbeeld voor een beeld van 1024*768 pixels als je dat op volledig scherm wilt tonen. Alles wat groter is, comprimeert PowerPoint automatisch. Kies je een kleiner beeld, dan kun je dat groter trekken, maar wordt het gepixeld. Ga na voor het medium dat jij gebruikt (Instagram, Facebook, LinkedIn, folders, websitebanners) wat de specificaties zijn.
- **Scan je tabel op leesbaarheid.** Maak leesbare tabellen die je zonder uitleg begrijpt. Het is aangeraden tabellen te maken met de tabelfunctie (dus niet via tabtoetsen of spaties). Vermijd samengevoegde cellen in een tabel.

Plaats het materiaal strategisch

Structureer je materiaal zo dat het bijdraagt aan het begrip van je boodschap. Hou rekening met de context en de begeleidende tekst.

- **Maak de afstand tussen overeenkomstige woorden en beelden zo klein mogelijk.** Duid je bijvoorbeeld onderdelen van het lichaam aan, plaats de tekst dan ook zo dicht mogelijk bij het benoemde lichaamsonderdeel.
- **Onderbreek de tekst niet.** Plaats de figuur naast, onder of boven de tekst.
- **Laat overeenkomstige woorden en beelden op hetzelfde moment verschijnen.** Dat kun je doen bij presentaties en video's.

- **Voorzie elke grafiek** van een uitgebreid bijschrift en/of een passende titel.
- **Geef een woordje uitleg.** Tabellen, grafieken, diagrammen en schema's combineren woorden of cijfers met visueel materiaal. Die zijn moeilijker te interpreteren. Het is aangeraden wat uitleg te geven over hoe je ze leest.

Ga voor een uniforme opmaak

Een van de basisregels van een goede gebruikerservaring is uniformiteit en voorspelbaarheid. Schakel overbodige prikkels uit door consistent te zijn. Bovendien versnel je zo de interpretatie. Door coherent te zijn schep je meer rust.

Enkele tips.

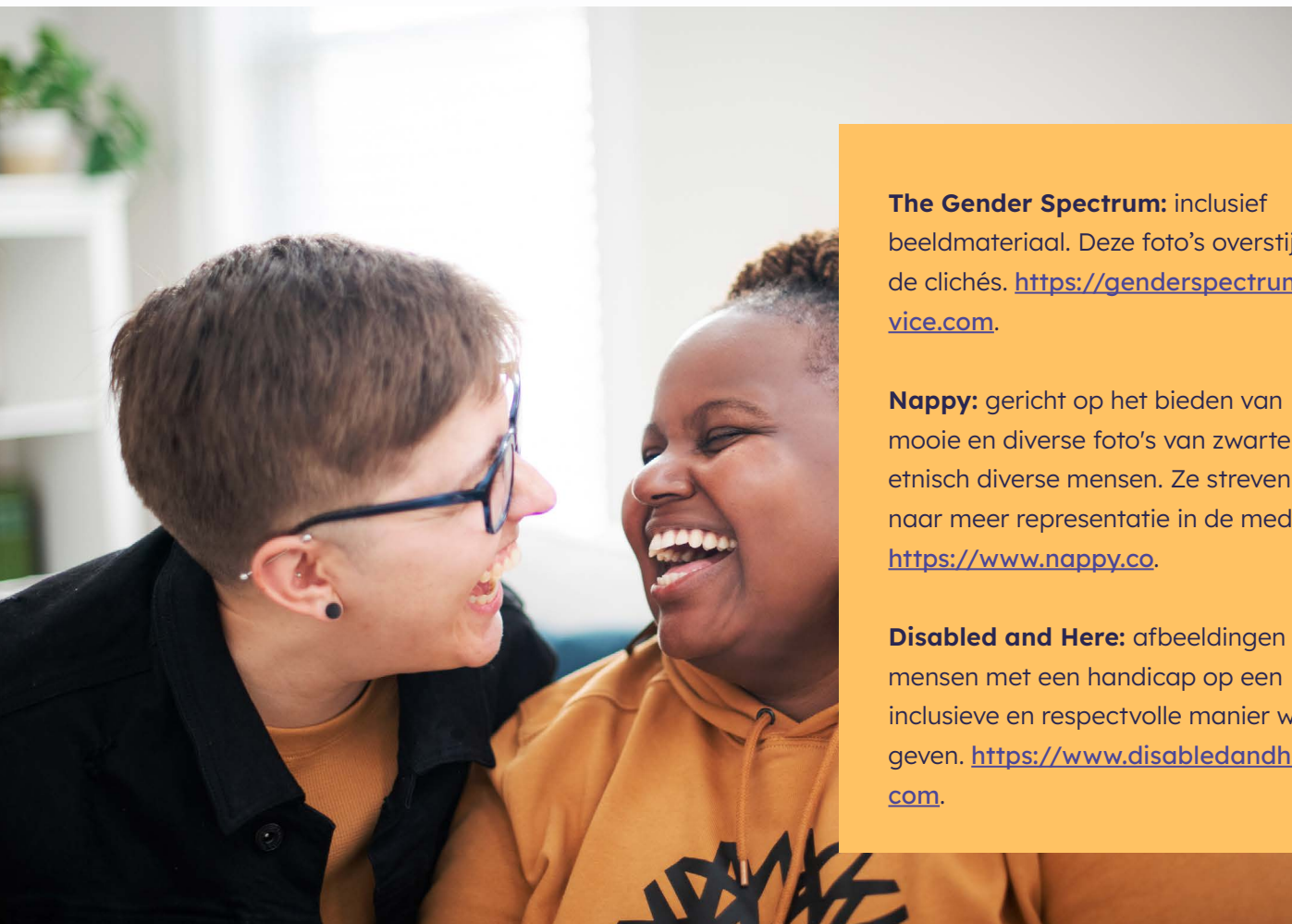
- Hou overal dezelfde ratio aan (4:5 of 1:1 bijvoorbeeld).
- Gebruik overal afbeeldingen zonder achtergrond of met dezelfde achtergrond.
- Geef de afbeeldingen dezelfde opmaak. Voorzie je een lijst of schaduw, pas die dan overal toe of nergens. Hetzelfde geldt voor een filter: overal toepassen of nergens.
- Voorzie de afbeeldingen allemaal van een bijschrift; niet sommige wel en andere niet.
- Geef de figuren en afbeeldingen een doorlopende nummering.

Kies beelden die bij de doelgroep passen

Bevat je communicatie ook beeldmateriaal? Je wilt geen stereotypen of **vooroordelen** bevestigen, maar wel dat je doelgroep **zichzelf herkent** in de beelden die je doorstuurt. Als je wilt dat je publiek zich **aangesproken** voelt door je boodschap, volg dan volgende principes bij de beeldkeuze.



- **Beeld diversiteit uit.** Gebruik beelden die de diversiteit binnen je doelgroep afbeelden.
- **Kies voor authentiek materiaal.** Gebruik afbeeldingen uit de eigen onderwijsinstelling en in echte omgevingen. Ga na bij de dienst communicatie of er beeldmateriaal voorhanden is dat je kunt inzetten.
- **Vermijd clichés, stereotypen en vooroordelen.** Gebruik beelden die de blik verruimen, zoals een vrouwelijke student bouwkunde.
- **Zorg ervoor dat de beelden overeenkomen met de boodschap** die je overbrengt, om verwarring te vermijden.
- **Betrek rolmodellen** als je beelden kiest en maakt. Door studenten als rolmodellen te betrekken bij studentencampagnes of communicatieberichten bijvoorbeeld, spreek je een groep aan die je anders misschien niet bereikt.
- **Bewaak de verhouding.** Gebruik je meerdere afbeeldingen? Kijk op het einde even na of alle genders, leeftijden en huidskleuren vertegenwoordigd zijn en of de verhouding goed zit. Zoveel mogelijk mensen zullen zich dan aangesproken voelen door de boodschap.



The Gender Spectrum: inclusief beeldmateriaal. Deze foto's overstijgen de clichés. <https://genderspectrum.vice.com>.

Nappy: gericht op het bieden van mooie en diverse foto's van zwarte en etnisch diverse mensen. Ze streven naar meer representatie in de media. <https://www.nappy.co>.

Disabled and Here: afbeeldingen die mensen met een handicap op een inclusieve en respectvolle manier weer-geven. <https://www.disabledandhere.com>.

Maak je afbeeldingen toegankelijk

Als je beelden toevoegt in je communicatie, zijn die vast en zeker van belang. Je wilt dan ook dat je doelgroep er maximaal toegang toe heeft. Met deze tips maak je je afbeeldingen toegankelijk.

- **Zorg voor voldoende contrast** tussen het afgebeelde voorwerp en de achtergrond.
- **Opteer voor duidelijke afbeeldingen.** Gebruik geen gescande of onduidelijke afbeeldingen.
- **Gebruik kleur slim.** Zet kleur op zo'n manier in dat alle elementen, zoals de gekleurde balken in een grafiek, ook duidelijk zijn in zwart-wit of voor mensen met **kleurenblindheid** of een zwart-witprinter. Dat bereik je door de kleuren donkerder of lichter in te stellen. Maak bijvoorbeeld het rood donkerder dan het groen of omgekeerd. Als ze dezelfde helderheid hebben, is het moeilijk ze te onderscheiden.
- **Bekijk je kleurencombinaties.** Zorg ervoor dat kleurencombinaties geen problemen opleveren voor personen met kleurenblindheid. Rood en groen lijken voor iemand met kleurenblindheid allebei op bruin.
- **Combineer tekst en beeld.** Pictogrammen kunnen een instructie duidelijker meegeven dan tekst voor mensen met ASS of mensen met een andere moedertaal. Pictogrammen ondersteunen de schriftelijke of mondelinge communicatie, maar mogen ze niet vervangen. Iemand met een visuele beperking kan ze namelijk niet interpreteren.
- **Let op met symbolen.** Als je ze maakt met behulp van een lettertype, zoals dit pijltje →, dan veranderen ze bij overzetting naar een ander lettertype soms in een onleesbaar teken.
- **Maak grafieken, diagrammen, tabellen, foto's voor iedereen toegankelijk** door een beschrijving of bijschrift te voorzien die een **schermlezer** kan voorlezen.
- **Voeg alternatieve tekst toe.** Door afbeeldingen van alt-tekst tekst te voorzien, maak je ze toegankelijk voor voorleessoftware. En dus voor mensen die met een visuele beperking leven bijvoorbeeld.

Waarom alt-tekst toevoegen?

Door afbeeldingen of figuren van een bijschrift of toelichting (alternatieve tekst) te voorzien, maak je visuele informatie beschikbaar voor schermleessoftware.

Je kan alt-teksten toevoegen aan digitale afbeeldingen. Dit kan voor online media (nieuwsbrief, website, sociale media), maar ook voor afbeeldingen in documenten (vb Word, PowerPoint) die niet persé online staan.

Voeg alt-tekst toe

Hoe alternatieve tekst toevoegen?

- In **Word** klik je met de rechtermuisknop op de afbeelding, daarna op afbeelding opmaken of object opmaken (afhankelijk van welke versie wordt gebruikt) en selecteer je in het opmaakvenster dat verschijnt, het tabblad 'Alternatieve tekst'. Daar kun je dan alternatieve tekst intikken.
- In **PowerPoint** klik je met de rechtermuisknop op de afbeelding, daarna op 'Alternatieve tekst weergeven'. Bovenaan in het lint verschijnt een extra tab: 'Toegankelijkheid'. De knop 'alt-tekst' in het onderdeel 'Schermlezer' is geactiveerd en in het tekstvak in de rechterkolom kan je de alt-tekst ingeven.
- Bij **sociale media** (Facebook en Instagram) heb je ook de mogelijkheid om alternatieve tekst toe te voegen op het moment dat je de afbeelding uploadt.

Soms is het mogelijk een alt-tekst automatisch te genereren. Dit kan je alvast inspiratie geven. Je kan de alt-tekst markeren als decoratief indien de afbeelding geen inhoudelijke meerwaarde heeft.

Tips voor het schrijven van een goede alt-tekst²¹

Deze tips helpen je op weg bij het schrijven van een goede alt-tekst:

- De tekst is kort en bondig.
- Je hoeft niet te vermelden dat het een foto of afbeelding is, dat is overbodig.
- Als er tekst in de afbeelding staat, herneemt de alt-tekst in ieder geval ook deze tekst, bovenop de beschrijving. Een afbeelding van een vuilzak met opschrift PMD bijvoorbeeld herneemt het woord PMD in de alt-tekst.
- Je geeft het doel van je afbeelding mee. Bij een download icoon kan je als alt-tekst schrijven "klik hier om te downloaden" in plaats van het icoon te beschrijven als een pijl en een bakje.

Afhankelijk van de context kan de afbeelding dus verschillende alt-teksten meekrijgen. Je stelt je de vraag wat relevant is om te delen en waarom je deze afbeelding hebt gekozen. Wat verwacht je van de lezer?

4.

Inclusief audio- en videomateriaal

In dit hoofdstuk komt inclusief audio- en videomateriaal aan bod. Met deze tips verhoog je het begrip en de betrokkenheid van jouw doelpubliek. Je ontdekt hoe je iedereen gelijke toegang geeft tot jouw audio en videomateriaal.

Maak begrijpelijk audio- en videomateriaal

Hoe maak je duidelijk audio- en videomateriaal? Enkele tips waarmee je al een heel eind komt.

Begrijpbare audio

Een luisterfragment begrijpen, betekent de tekst begrijpen, kunnen omgaan met moeilijke woorden in de tekst en de inhoud kunnen samenvatten. Om dat te bevorderen, pas je volgende tips toe.

- **Licht vooraf de aard en structuur van het audiofragment toe.** Daarmee schep je verwachtingen en vergemakkelijk je de interpretatie.
- **Kies voor een menselijke stem** in plaats van een computerstem. De intonatie speelt een belangrijke rol bij het begrijpen van auditieve input. Vermijd een monotone toon en zorg voor een duidelijke articulatie.
- **Kies voor audio zonder achtergrondgeluid.** Dat zijn extra prikkels om weg te filteren. Is er toch achtergrondgeluid, zet dat dan 20 decibel zachter dan het voorgrondgeluid.
- **Voeg ondertitels toe.** Die verhogen de begrijpbaarheid van je audiomateriaal.
- **Laat bediening toe.** Kies software met bedieningsknoppen voor het starten, stoppen en onderbreken van het medium (bij voorkeur via het toetsenbord: sneltoetsen). Hebben de gebruikers iets niet begrepen, dan kunnen ze zo terugspoelen of pauzeren.
- **Laat je publiek toe aantekeningen te maken.** Dat helpt sommigen om informatie op te nemen en te begrijpen. Anderen zijn niet in staat te schrijven terwijl ze luisteren. Respecteer die verschillen.
- **Vermijd herhaling.** Integreer je de audio op een website of in een leerpad, vermeld dan of de tekst de inhoud van de audioclip letterlijk herhaalt. Zo kunnen de gebruikers zelf de meest efficiënte keuze maken: luisteren of lezen (of beide).

Begrijpbare video

Wil je je communicatie verrijken met video? Met volgende tips hou je rekening met **diversiteit** en zet je een duidelijke boodschap neer.

- **Kom zelf in beeld,** zodat je gezichtsuitdrukking en lichaamstaal zichtbaar zijn.
- **Schakel zoveel mogelijk stoorzenders uit.** Op die manier verhoog je de verstaanbaarheid. Elimineer notificaties en bureaubladmeldingen, schakel airco en gsm uit, sluit ramen...
- **Maak duidelijk waarover je spreekt.** Met een pointer of met animaties trek je de aandacht op onderdelen van je slides bijvoorbeeld.
- **Laat de woorden of beelden verschijnen wanneer je ze benoemt.** Zo bouw je het beeld op en overdonder je de kijker niet met een slide vol visuele informatie.
- **Wil je een voorwerp tonen?** Hou het voor de camera en vertel erbij.

- **Voeg ondertitels toe.** Die verhogen de toegankelijkheid en maken je beter verstaanbaar.
- **Verzorg de kwaliteit van je audio.** Lees de [tips na over audiomateriaal](#) als je video ook geluid bevat.
- **Zorg voor een duidelijke presentatie** wanneer je slides maakt voor in de video. [Bekijk de fiche 'inclusieve presentaties'](#).
- **Vat je uitleg samen.** Door de inhoud van de video samen te vatten of in een schema te gieten, vergroot je de kans dat je doelgroep je materiaal begrijpt.

Zet in op betrokkenheid

Maximaliseer de betrokkenheid van je doelgroep door ook bij de creatie van video- en audio-materiaal aandacht te hebben voor **diversiteit** en **inclusie**.

Wees in dat kader waakzaam voor taal- en beeldmateriaal die een bepaald beeld versterken. Door bijvoorbeeld binaire **voornaamwoorden** te gebruiken, versterk je het gender-binair wereldbeeld van onze Westerse samenleving. Door een crimineel met een huidskleur af te beelden versterk je ook een stereotype. De manier waarop we ons uitdrukken drukt vaak een beeld uit, een vooroordeel of een verwachting, vaak ook onbedoeld.

Onbewust kan je subtiele vormen van racisme, seksisme of fobieën uiten. Meestal gaat het om goedbedoelde uitspraken en lijken ze onschuldig. Op lange termijn ondermijnen ze het zelfvertrouwen. Zie [microagressies](#).

Als je rekening houdt op vlak van **taal** en **beeld** met diversiteit, kunnen meer mensen zich met jouw video identificeren en voelen zij zich ook meer betrokken bij de inhoud.



Maak je video en audio toegankelijk

Audio en video zijn niet evident voor mensen met een visuele en auditieve beperking. Wil je iedereen bereiken, bekijk dan welke tips je kunt implementeren in je video- en audiomateriaal.

- **Voeg ondertitels toe.** Voor dove en slechthorende personen kan je werken met ondertitels of met een tolk Vlaamse Gebarentaal. Ondertitels kunnen ook een ondersteuning zijn voor anderstaligen. Je kan gratis en automatisch ondertitels toevoegen bij YouTube, en gratis via editorsoftware Amara. Geef de voorkeur aan **gesloten ondertitels** (Engels: closed captions, vaak afgekort als CC) boven **open ondertiteling**.
- **Voeg audiobeschrijvingen toe** aan video's, ook wel 'audiodescripties' genoemd. Een verteller beschrijft wat er visueel gebeurt. Zo maak je video's toegankelijk voor blinde en slechtziende personen.
- **Voorzie audio-ondertiteling**, of gesproken ondertiteling: een gesproken versie van de geschreven ondertitels. Zo bereik je mensen die de ondertitels niet kunnen lezen en de originele audio niet begrijpen. Het ligt dicht bij dubben, en is interessant wanneer de oorspronkelijke taal niet gekend is (Chinees bijvoorbeeld).
- **Geef je kijkers en luisteraars de keuze.** Laat ze kiezen of de ondertiteling al dan niet verschijnt.
- **Voorzie een tekstequivalent.** Een tekstequivalent of transcriptie is een volledig uitgeschreven tekstversie waar naast gesproken tekst ook andere geluiden in beschreven staan.
- **Integreer bedieningselementen.** Zorg voor volumeregeling en functies om door te spoelen, te onderbreken en te navigeren (ook via het toetsenbord).
- **Laat de video of audio niet automatisch afspelen**, en zorg ervoor dat beeld en geluid niet automatisch starten. Dat is storend bij het gebruik van voorleessoftware.
- **Geef de kijker de mogelijkheid de animatie te stoppen.** Animaties moet je altijd kunnen onderbreken of uitzetten. Het gebruik van gifs is afgeraden.
- **Vermijd flikkerende beelden.** Ze kunnen epilepsie uitlokken.
- **Kies een geschikt lettertype** wanneer er tekst in je video verschijnt. Ga voor een schreefloos lettertype dat voldoende contrasteert met de achtergrond.
- **Werk in breedbeeldformaat**, 16:9 bijvoorbeeld. Kies voor high-definition (HD) 1280 x 720 pixels of 1920 x 1080 pixels.
- **Leid het video- of geluidsmateriaal in.** Met enkele woorden geef je mee wat de kijker of luisteraar mag verwachten. Zo kan die zelf beslissen of het fragment relevant is.
- **Vraag hulp.** Raadpleeg bij twijfel de ICT-afdeling of de afdeling Onderwijsontwikkeling van je instelling. Vermeld ook hoe je kijkers bij technische problemen hulp inschakelen.



5.

Aan de slag met specifieke tips

Dit hoofdstuk focust via fiches op specifieke tips voor presentaties, teksten, sociale media, enquêtes, nieuwsbrieven en evenementen.

Aan de slag met specifieke tips

Dit hoofdstuk focust via fiches op specifieke tips voor presentaties, teksten, sociale media, enquêtes, nieuwsbrieven, websites en evenementen.

- [Fiche inclusieve presentaties](#)
- [Fiche inclusieve tekstdocumenten](#)
- [Fiche inclusieve pdf's](#)
- [Fiche inclusieve sociale media](#)
- [Fiche inclusieve enquêtes](#)
- [Fiche inclusieve nieuwsbrieven](#)
- [Fiche inclusieve website](#)
- [Fiche inclusieve evenementen](#)

6.

Woordenlijst

Deze woordenlijst biedt definities voor en achtergrondinformatie bij de termen die in het roze staan in deze leidraad.

Achtergrondkenmerken

Achtergrondkenmerken van een persoon zijn kenmerken zoals vooropleiding, woonplaats, leeftijd, gezinssamenstelling, sociaaleconomische status, etc. Het zijn kenmerken die in sommige contexten zinvol zijn om op te vragen of te analyseren zoals bijvoorbeeld voor monitoring en onderzoek. Achtergrondkenmerken geven informatie over een individu, in tegenstelling tot **diversiteitskenmerken**.

Alternatieve tekst

Alternatieve tekst, ook bekend als alt-tekst, is een tekstbeschrijving van een afbeelding die **schermleestechologie** kan lezen. Zo krijgen gebruikers met een visuele beperking toegang tot beschrijvingen van foto's, illustraties en grafieken. Alternatieve tekst is toepasbaar zowel in documenten als op het web. Bij het toevoegen van alt-tekst moet je de belangrijkste informatie in grafieken, illustraties en diagrammen overbrengen, en voor foto's de inhoud, setting en sfeer van de afbeelding in kwestie.

→ Hoe alternatieve tekst toevoegen en een goede alt-tekst schrijven? [Lees de tips over alt-teksten](#).

Audiobeschrijving

Audiobeschrijving (of audiodescriptie) geeft informatie aan personen die blind of slechtziend zijn over belangrijke visuele elementen in media zoals video's, televisieprogramma's en films. Audiodescriptie geeft meestal informatie over acties die niet duidelijk blijken uit de dialoog en is dus rijker dan **ondertiteling**.

Bias

Een bias is een neiging om een bepaalde voorkeur of afkeer te hebben voor of tegen iets of iemand, meestal op een oneerlijke manier. Een bias kan gebaseerd zijn op

verschillende factoren, zoals **vooroordelen**, stereotypen, emoties of ervaringen, en kan zowel bewust als onbewust zijn.

Braille

Braille is een vorm van geschreven taal voor personen met blindheid. De lettertekens worden weergegeven door patronen van verhoogde punten die je met de vingertoppen voelt.

Deficitbenadering

Een 'deficitbenadering' bekijkt situaties of mensen vooral vanuit problemen of tekorten.

Diversiteitsresponsieve aanpak

Een aanpak met aandacht voor de aanwezige diversiteit onder studenten en personeelsleden waar etnisch-culturele verschillen als meerwaarde meegenomen worden en ingezet worden in het aanbieden van en in dialoog gaan over verschillende perspectieven. In de wetenschappelijke literatuur worden voor deze aanpak verschillende termen gebruikt, zoals ook het multiculturalisme, interculturalisme, polyculturalisme, critical consciousness education en social justice education.

Deadname

Een 'deadname' is de naam die iemand bij geboorte kreeg, of de naam die iemand vroeger gebruikte, voordat hij of zij die veranderde in een nieuwe naam. Een deadname komt meestal voor in de context van **transgender** personen. Iemands deadname gebruiken, dat wil zeggen die persoon bij de naam noemen die die persoon niet meer gebruikt, wordt vaak als kwetsend en beledigend ervaren.

Discriminatie

De ongelijke behandeling van leden van verschillende gemeenschappen en groepen op basis van etniciteit, sociale achtergrond, seksuele oriëntatie, fysiek vermogen, religie en andere **achtergrondkenmerken** van een persoon. Sommige vormen van discriminatie zijn wettelijk verboden volgens de antidiscriminatiewetgeving.

Diversiteit

Diversiteit gaat over individuele verschillen (zoals levenservaringen) en groeps- of sociale verschillen (zoals ras of etniciteit). Niet alleen in de leerervaring, maar ook in de communicatie en in de organisatie van events is het belangrijk aandacht te hebben voor diversiteit.

Diversiteitskenmerken

Diversiteitskenmerken zijn kenmerken die personen in een groep onderscheiden van elkaar. Er kan pas gesproken worden over diversiteitskenmerken in de context van een groep. In tegenstelling tot **achtergrondkenmerken**. Een persoon is niet divers, een groep is divers. Diversiteitskenmerken kunnen gaan over gender, etnische afkomst, sociaaleconomische status, seksuele oriëntatie, taal, etc.

Gebarentaal

Gebarentaal maakt gebruik van handgebaren en andere bewegingen, waaronder gezichtsuitdrukkingen en lichaamshoudingen. Vooral personen met gehoor- of spraakproblemen gebruiken de taal. Vaak is gebarentaal de eerste taal van personen die doof zijn of gehoorproblemen hebben. Bedenk dus dat als ze ook de verbale taal spreken, dat hun tweede taal kan zijn. Net als bij verbale talen hebben landen vaak hun eigen gebarentaal, die totaal verschillend is

van die in andere landen. Hou daar rekening mee als je te maken hebt met studenten met gehoorproblemen. In Vlaanderen wordt de Vlaamse Gebarentaal vaak afgekort als **VGT**. In Wallonië is dat LSF. Die afkorting staat voor Langue interdes Signes de Belgique Francophone. ASL is dan weer de Amerikaanse Gebarentaal (American Sign Language). Een tolk gebarentaal vraag je aan via het CAB (Vlaams Communicatie-Assistentie-Bureau voor Doven).

Gelijkwaardigheid

Het principe dat mensen, ongeacht de verschillen onderling, van gelijke waarde zijn. Het is de overtuiging dat iedereen gelijke kansen verdient. In de praktijk uit dit zich in aanpassingen voor specifieke doelgroepen die onderhevig zijn aan ongelijkheid om op deze manier gelijke kansen na te streven.

Gender

Gender is een sociale constructie die de positie van individuen in de samenleving helpt te bepalen. Veel samenlevingen zoals het Westen kennen traditioneel een binaire genderverdeling: de klassieke tweedeling van mannen en vrouwen, waar bepaalde verwachtingen en rollen aan vasthangen. In de context van **inclusie** wordt gender beschouwd als een spectrum.

Genderexpressie

Genderexpressie is de manier waarop iemand zich uitdrukt tegenover de buitenwereld, met kleding en make-up bijvoorbeeld, maar ook met een bepaalde lichaamshouding, manier van spreken of bewegen. Iemands **genderidentiteit** hoeft niet overeen te komen met de genderexpressie van die persoon.

Genderidentiteit(en) of genderbeleving

Genderidentiteit is het innerlijke gendergevoel dat iemand ervaart. Er zijn verschillende binaire en niet-binaire genderidentiteiten. Naast mannelijke en vrouwelijke genderidentiteiten bestaan er ook variaties van beide, of geen van beide. Voorbeelden zijn bigender, genderfluïde en **non-binair**. Iemand's genderidentiteit hoeft niet vast te liggen en kan in de loop van de jaren veranderen.

Genderinclusief

Wie genderinclusief werkt, streeft de inclusie na van alle biologische geslachten, genderidentiteiten, genderexpressies, genderrollen en iedereen die op welke manier dan ook voorbij gaat aan een binair denkkader.

Geslacht

Het geslacht of de sekse van iemand wordt bepaald bij de geboorte op basis van lichamelijke kenmerken, en ligt vast op de geboorteaakte (juridische genderaanduiding). Het westerse binaire model gaat uit van twee geslachten: man en vrouw, met welomlijnde en van elkaar verschillende geslachtskenmerken. Die twee groepen maken deel uit van het brede spectrum van geslachtskenmerken. In realiteit bestaat er veel meer lichaamsvariatie.

Handicap

Handicap is de verzamelnaam voor een grote verscheidenheid aan functionele beperkingen die voorkomen bij personen over heel de wereld. Mensen kunnen een handicap hebben vanwege een fysieke, mentale of zintuiglijke beperking, een medische aandoening of een mentale ziekte. De stoornissen, aandoeningen of ziekten zijn permanent of tijdelijk.

Inclusie

We spreken van inclusie wanneer het beleid en de cultuur in een hogeschool of universiteit ervoor zorgt dat alle studenten en personeelsleden ervaren erbij te mogen horen als zichzelf, zich er thuis én erkend mogen voelen omwille van wie ze zijn. Ze kunnen gelijkwaardig participeren en ervaren een **sense of belonging**. Inclusie vereist het actief nadenken over mogelijke drempels voor alle personen en deze drempels proactief verlagen of wegnemen.

Intersekse

Intersekse personen zijn geboren met fysieke geslachtskenmerken die niet volledig passen binnen de (binaire) normen gesteld door de medische wereld en/of de gangbare socio-culturele opvatting van de omgeving waarin het kind op de wereld komt. De term legt de nadruk op het feit dat een intersekse variatie een natuurlijk voorkomend fenomeen is, en dat personen met een intersekse lichaam geen medische operaties nodig hebben 'ter correctie'. Intersekse variaties zijn simpelweg variaties waarbij het lichaam van een persoon niet volledig past binnen wat wij cultureel als typisch mannelijk of typisch vrouwelijk beschouwen. Ze maken deel uit van het brede geslachtskenmerkspectrum.

Kleurenblinde benadering

Een kleurenblinde benadering doet diversiteitsverschillen af als irrelevant en legt de nadruk op een zogenaamde 'neutrale' aanpak, en tegenover een **deficitbenadering** die focust op vermeende tekorten of achterstanden bij minderheidsgroepen.

Kleurenblindheid

Kleurenblindheid is een verzamelnaam voor andere manieren om kleuren waar te nemen.

Dit kan zich uiten in het moeilijk onderscheiden tussen rood- en groentinten of de wereld in grijstinten waarnemen.

Kopteksten en stijlen

Kopteksten en stijlen zijn opmaakinstructies die informatie geven over documentstructuren in webpagina's en digitale documenten, wat ze toegankelijker maakt voor verschillende gebruikers. Het gebruik van kopteksten en stijlen in documenten is bijzonder nuttig voor personen met een visuele beperking die **schermlezers** gebruiken. Ze fungeren als wegwijzers voor de navigatie door digitale documenten en webpagina's, zodat gebruikers gemakkelijk de inhoud vinden die ze nodig hebben. Microsoft Word en Google Doc hebben bijvoorbeeld een reeks ingebouwde stijlen die je kunt toepassen om structuur aan te duiden. Denk maar aan de stijl Kop 1 voor titels van hoofdstukken, Kop 2 voor titels van subsecties enzovoort.

LGBTQI+

Het acroniem LGBTQI+ staat voor gender- en seksuele diversiteit: L = lesbisch, G = gay (homoseksueel), B = biseksueel, T = **transgender**, Q = **queer** of 'questioning'/zoekend I = **intersekse**. Het plusteken dat soms achter deze en soortgelijke afkortingen staat, verwijst naar alle personen en groepen die buiten de (cis)gender- en heteroseksuele normen vallen, en buiten de categorieën waar de genoemde letters voor staan.

Personen van kleur

Personen van kleur is een uitdrukking die je kunt gebruiken voor personen bij wie huidskleur een bepalende factor is in hun ervaringen en identiteitsvorming. In het Engels is de overeenkomstige term 'people of colour'.

Microagressie

Alledaagse (subtiële) verbale of non-verbale, bewuste of onbewuste, intentionele of niet intentionele uitlatingen die blijk geven van een vijandige, denigrerende of negatieve boodschap gericht op personen enkel en alleen omwille van het gegeven dat ze behoren tot een bepaalde (gemarginaliseerde of ondervertegenwoordigde) groep.

Voorbeelden van microagressies vind je terug in de tip '[Let op met microagressies](#)'.

Misgendering

Wanneer je iemand aanspreekt met woorden die niet bij de **genderidentiteit** van die persoon passen spreken we van misgendering. Wanneer je iemand aanspreekt met 'haar' bijvoorbeeld, terwijl die persoon aangesproken wil worden met 'hem'. Het gebeurt ook als je een mail stuurt met als aanspreking 'Beste mevrouw Debruyne', terwijl het om een man gaat.

Neurodiversiteit

De term neurodiversiteit slaat op de variatie die er bestaat in manieren van denken, leren, waarnemen en interpreteren. Wat vroeger 'anders' of 'afwijkend van het standaardbrein' heette, wordt door de term 'neurodivers' uit de tweedeling gehaald van 'goed' en 'minder goed' of 'standaard' en 'afwijkend'. Hierdoor ligt de klemtoon meer op gelijkwaardigheid en neem je afstand van het **deficit-denken**. Je focust meer op kwaliteiten. Onder neurodiversiteit vallen onder meer dyscalculie, dyslexie, autisme, ADHD.

Non-binair

De term non-binair is van toepassing op mensen die zich niet herkennen in de binaire opdeling van **gender**, de klassiek westerse

tweedeling in man en vrouw, en alle verwachtingen en rollen die de binaire gendernormen daaraan koppelen. Non-binair is een paraplueterm. Hieronder vind je nog verschillende andere manieren van genderbeleving als demigender (genderfluïde of polygender).

Onbewuste vooroordelen (bias)

Onbewuste vooroordelen zijn aangeleerde stereotypen en vooroordelen die automatisch, onbedoeld, diepgeworteld en universeel zijn en gedrag mogelijks beïnvloeden.

Ondertiteling

Ondertiteling kan open of gesloten zijn.

Open ondertiteling zijn ondertitels, vaak op televisieprogramma's of bij films in de cinema, die automatisch aanstaan en bedoeld zijn voor wie de taal niet begrijpt. Je kunt de ondertitels niet aan- of uitschakelen. Ze bevatten alleen de gesproken informatie.

Gesloten ondertitels (closed captions) zijn ondertitels die de gebruiker naar wens kan in- of uitschakelen – meestal via de CC-knop. Ze zijn bedoeld voor wie de audio niet kan horen en bevatten dus meer dan alleen de gesproken informatie. Denk maar aan een deurbel, muziek, gelach ...

Queer

Het woord 'queer' heeft verschillende betekenissen.

Met deze term kun je **genderidentiteit** en/of seksualiteit benoemen. 'Queer' wordt vaak gebruikt door mensen die nog zoekende zijn naar waar ze zich precies bevinden binnen het **LGBTQI+**-spectrum, als koepelterm of door mensen die een duidelijk statement tegen de cisgender- en heteronorm willen maken.

Queer kan ook verwijzen naar een politiek

activistische houding die vertrekt vanuit het verwerpen van de hetero- en cisgendernorm. Veel punkers identificeren zich bijvoorbeeld als queer.

Rolmodel

Iemand wiens gedrag, voorbeeld of succes anderen inspireert en stimuleert.

ScherMLEZER, schermleessoftware en tekst-naar-spraak

Een schermlezer is een ondersteunende technologie die tekst- en beeldinhoud weergeeft als spraak of **braille**, zodat gebruikers door software en documenten kunnen navigeren zonder gebruik te maken van een scherm. Schermlezers zijn vaak essentieel voor blinden en slechtzienden om digitale inhoud te kunnen gebruiken.

Tekst-naar-spraaksoftware is nuttig voor gebruikers die gedrukte tekst niet of moeilijk kunnen lezen, zoals personen met dyslexie. De software leest documenten hardop voor of zet ze om in mp3's, zodat gebruikers ernaar kunnen luisteren in plaats van ze te lezen. Op die manier kunnen ze de geschreven inhoud beter verwerken. Niet alles laat zich zomaar omzetten in spraak. Voeg je een afbeelding toe zonder **alternatieve tekst**, dan gaat die verloren.

Safe space

Het begrip 'safe space' verwijst naar een plek waar open en veilig gesproken kan worden. Een 'safe space' of psychologisch veilig leerklimaat nodigt uit om elkaar in **gelijkwaardigheid** te ontmoeten. Het gaat om het respecteren van verschillen en daar niet meteen een oordeel over geven. Door je eigen oordeel op te schorten ontstaat een sociaal veilige ruimte waarin ieder zijn of

haar eigen verhaal kan delen en je elkaar kan horen.

Seksuele oriëntatie

Seksuele oriëntatie heeft te maken met wie of wat je aantrekkelijk vindt. Een heteroman vindt vrouwen aantrekkelijk. Een lesbische vrouw ook.

Er zijn verschillende soorten van aantrekking. Seksuele aantrekking gaat over wat of wie je seksueel opwindt.

Sense of belonging

Het gevoel dat je erbij hoort en wordt gerespecteerd. Hier kun je op inspelen door een inclusieve omgeving te creëren waarin elk individu zich gerespecteerd en verbonden voelt naar elkaar toe.

Superdiversiteit

Superdiversiteit wijst zowel op de **kwantitatieve** toename van **diversiteit** (er is meer diversiteit) en de **kwalitatieve** toename van diversiteit. Er is meer diversiteit binnen de diversiteit.

Trans persoon of transgender persoon

Deze term beschrijft dat het **geslacht** dat je toegewezen kreeg bij de geboorte niet overeenkomt met je **genderidentiteit**. Als je bij de geboorte bijvoorbeeld het vrouwelijk geslacht toegewezen kreeg, maar je voelt je geen vrouw, dan ben je 'transgender'. Komt dat wel overeen, dan ben je 'cisgender'.

Bij personen gebruik je 'transgender' of 'trans' als een bijvoeglijk naamwoord om duidelijk te maken dat de persoon meer is dan transgender. Zeg dus 'trans(gender) persoon' en niet 'een transgender' of 'een trans(gender)persoon'.

Validisme (Engels: ableism)

Validisme is de term voor discriminatie, stigmatisering en marginalisering van mensen met een functiebeperking op grond van hun lichamelijke, zintuiglijke, verstandelijke of psychische gesteldheid door mensen zonder beperking als norm te nemen. Het komt neer op discriminatie of **(onbewuste) vooroordelen** tegen mensen met een functiebeperking.

VGT

Afkorting voor Vlaamse Gebarentaal. Zie **gebarentaal**.

Voornaamwoorden

Persoonlijke voornaamwoorden zijn woorden die naar iemand verwijzen. Om naar vrouwen te verwijzen, wordt zij/haar/haar gebruikt, voor mannen hij/hem/zijn. Een genderneutrale optie om naar iemand te verwijzen is die/hen/hun. Hiermee neem je afstand van het binaire model.

WCAG

WCAG is het acroniem voor de Web Content Accessibility Guidelines, een internationale norm die bepaalt hoe je webinhoud toegankelijker maakt voor personen met een **handicap**. WCAG biedt wereldwijd een gemeenschappelijke definitie en benchmark voor toegankelijke webinhoud. De webdesigner of het ICT-team van je instelling kan waarschijnlijk bevestigen of de website van de instelling aan de norm voldoet. Ontdek de [website van WCAG](#).

7.

Referenties

REFERENTIES

¹ Geldhof, D. (2013). Superdiversiteit. Hoe migratie onze samenleving verandert. Leuven: Acco.

Rozaki E., Kovačić, V., Charalampous, N., González, R. & Gabriels, W. (2022). *Inclusive Communication Manual*. Brussel: Erasmus Student Network

² Vlaamse Interuniversitaire Raad (2022). Achtergrondkenmerken van studenten aan de Vlaamse universiteiten. Gegevens over het academiejaar 2021-2022. Brussel. VLIR.

³ Unia (2020). Inclusive communicatie: gids-en-tips. Brussel: Unia.

Challouki, H. (2021) *Inclusieve Communicatie*. Kalmthout: Pelckmans

⁴ Unia (2020). Inclusive communicatie: gids-en-tips. Brussel: Unia.

Challouki, H. (2021) *Inclusieve Communicatie*. Kalmthout: Pelckmans.

⁵ Unia (2020). Inclusive communicatie: gids-en-tips. Brussel: Unia.

Challouki, H. (2021) *Inclusieve Communicatie*. Kalmthout: Pelckmans.

⁶ Geldhof, D. (2013). Superdiversiteit. Hoe migratie onze samenleving verandert. Leuven: Acco.

Vlaamse Interuniversitaire Raad (2022). Achtergrondkenmerken van studenten aan de Vlaamse universiteiten. Gegevens over het academiejaar 2021-2022. Brussel. VLIR

⁷ De Leersnyder, J., Gündemir, S., & Agirdag, O. (2022). Diversity approaches matter in international classrooms: how a multicultural approach buffers against cultural misunderstandings and encourages inclusion and psychological safety. *Studies in Higher Education*, 47, 1903-1920.

Jansen, W. S., Otten, S., Van der Zee, K. I., & Jans, L. (2014). Inclusion: Conceptualisation and measurement. *European Journal of Social Psychology*, 44, 370-35.

⁸ De Leersnyder, J., Gündemir, S., & Agirdag, O. (2022). Diversity approaches matter in international classrooms: how a multicultural approach buffers against cultural misunderstandings and encourages inclusion and psychological safety. *Studies in Higher Education*, 47, 1903-1920.

Jansen, W. S., Otten, S., Van der Zee, K. I., & Jans, L. (2014). Inclusion: Conceptualisation and measurement. *European Journal of Social Psychology*, 44, 370-35.

⁹ De Leersnyder, J., Gündemir, S., & Agirdag, O. (2022). Diversity approaches matter in international classrooms: how a multicultural approach buffers against cultural misunderstandings and encourages inclusion and psychological safety. *Studies in Higher Education*, 47, 1903-1920. DOI: 10.1080/03075079.2021.1983534.

Jansen, W. S., Otten, S., Van der Zee, K. I., & Jans, L. (2014). Inclusion: Conceptualisation and measurement. *European Journal of Social Psychology*, 44, 370-35.

¹⁰ De Leersnyder, J., Gündemir, S., & Agirdag, O. (2022). Diversity approaches matter in international classrooms: how a multicultural approach buffers against cultural misunderstandings and encourages inclusion and psychological safety. *Studies in Higher Education*, 47, 1903-1920. DOI: 10.1080/03075079.2021.1983534.

Jansen, W. S., Otten, S., Van der Zee, K. I., & Jans, L. (2014). Inclusion: Conceptualisation and measurement. *European Journal of Social Psychology*, 44, 370-35.

¹¹ De Leersnyder, J., Gündemir, S., & Agirdag, O. (2022). Diversity approaches matter in international classrooms: how a multicultural approach buffers against cultural misunderstandings and encourages inclusion and psychological safety. *Studies in Higher Education*, 47, 1903-1920. DOI: 10.1080/03075079.2021.1983534.

Jansen, W. S., Otten, S., Van der Zee, K. I., & Jans, L. (2014). Inclusion: Conceptualisation and measurement. *European Journal of Social Psychology*, 44, 370-35.

¹² Cavaria (2023). Woordenlijst. Brussel: Cavaria. <https://www.cavaria.be/woordenlijst>

Federale diversiteit (2022). Tips voor genderinclusief schrijven. Brussel: Federaal diversiteitsnetwerk.

¹³ Rozaki E., Kovačić, V., Charalampous, N., González, R. & Gabriels, W. (2022). Inclusive Communication Manual. Brussel: Erasmus Student Network.

¹⁴ Pharos (2019). Toolkit – Cultuursensitieve en inclusieve communicatie. Utrecht: Pharos.

¹⁵ Other Talk (2020). Woorden in beweging. *Tien vuistregels voor verbindende en overtuigende communicatie over migratie en samenleven*. Brussel: Broederlijk delen.

¹⁶ Inter (2022). Gids over inclusieve communicatie. Inclusief en toegankelijk communiceren naar mensen met een handicap en uit de LGBTI+ gemeenschap. Brussel: Inter

¹⁷ Bernard, M. L., Chaparro, B. S., Mills, M. M., & Halcomb, C. G. (2003). Comparing the effects of text size and format on the readability of computer-displayed Times New Roman and Arial text. *International Journal of Human Computer Studies*, 59 (6), 823-835.

¹⁸ Rello, L., & Baeza-Yates, R. (2017). How to present more readable text for people with dyslexia. *Universal Access in the Information*

Society, 16(1), 29-49.

¹⁹ Bernard, M, Lida, B, Riley, S, Hackler, T., & Janzen, K. (2002). A Comparison of Popular Online Fonts: Which Size and Type is Best? *Usability News*, 4(1).

²⁰ Sheedy, J. E., Subbaram, M. V, Zimmerman, A. B., & Hayes, J. R. (2005). Text Legibility and the Letter Superiority Effect. *Human Factors*, 47(4), 797-815.

²¹ Harvard University (z.d.). Write helpful alt text to describe images. Geraadpleegd op 16 januari 2024 via <https://accessibility.huit.harvard.edu/describe-content-images>.

