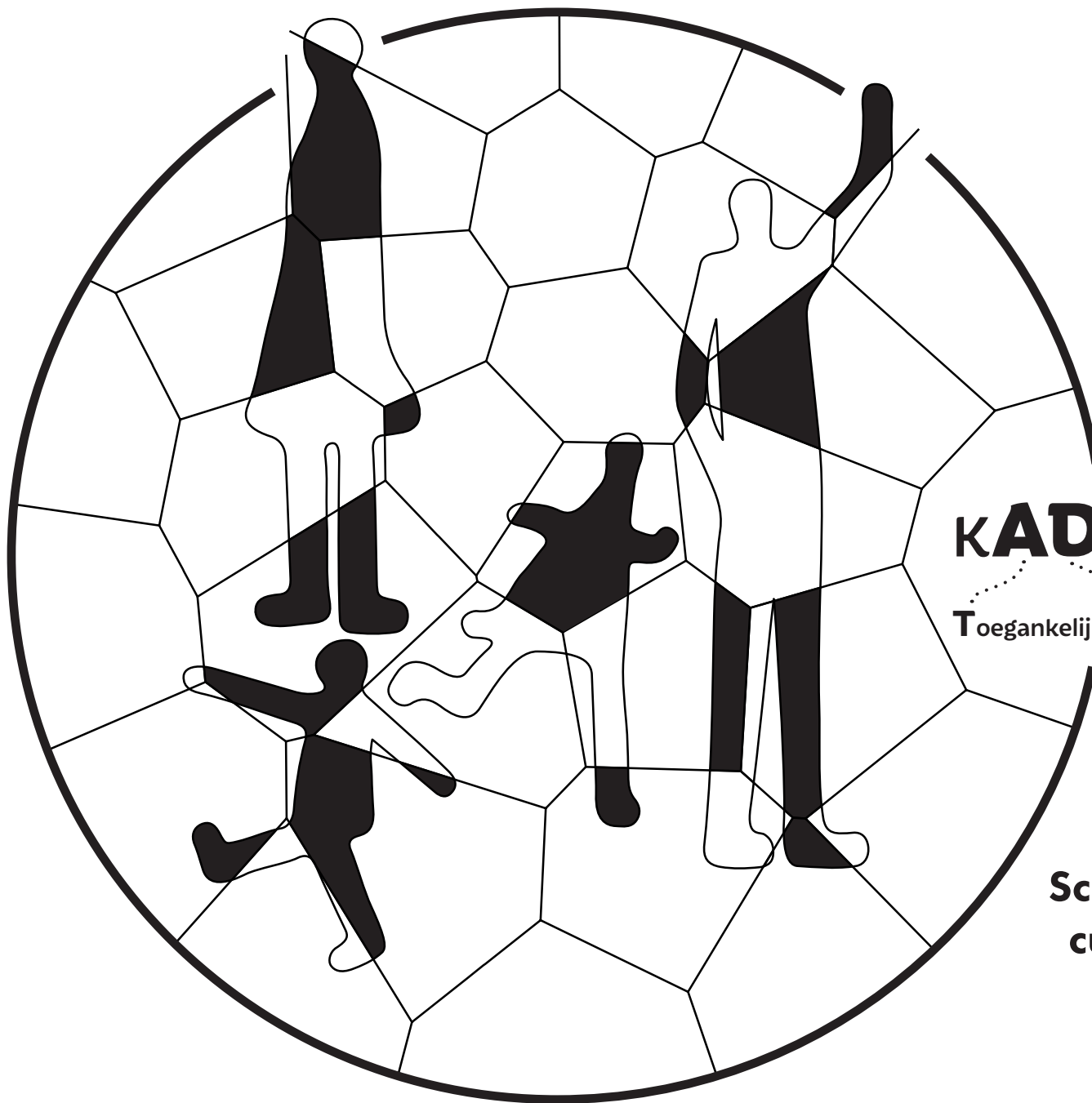




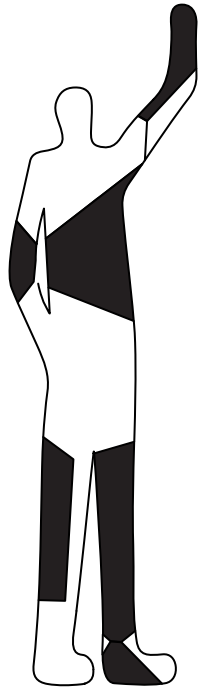
kADElloSCOPE © 2023
is licensed under CC BY-NC-SA 4.0



kADElloSCOPE

Toegankelijkheid, Diversiteit, Gelijkheid en Inclusie

**Scantool voor jouw
culturele projecten**



I MOVE: een Erasmus+ project

Het I MOVE-project wordt gefinancierd door de Europese Unie als onderdeel van het Erasmus+ programma en loopt van november 2021 tot juni 2024.

Het I MOVE-project is ontwikkeld door:

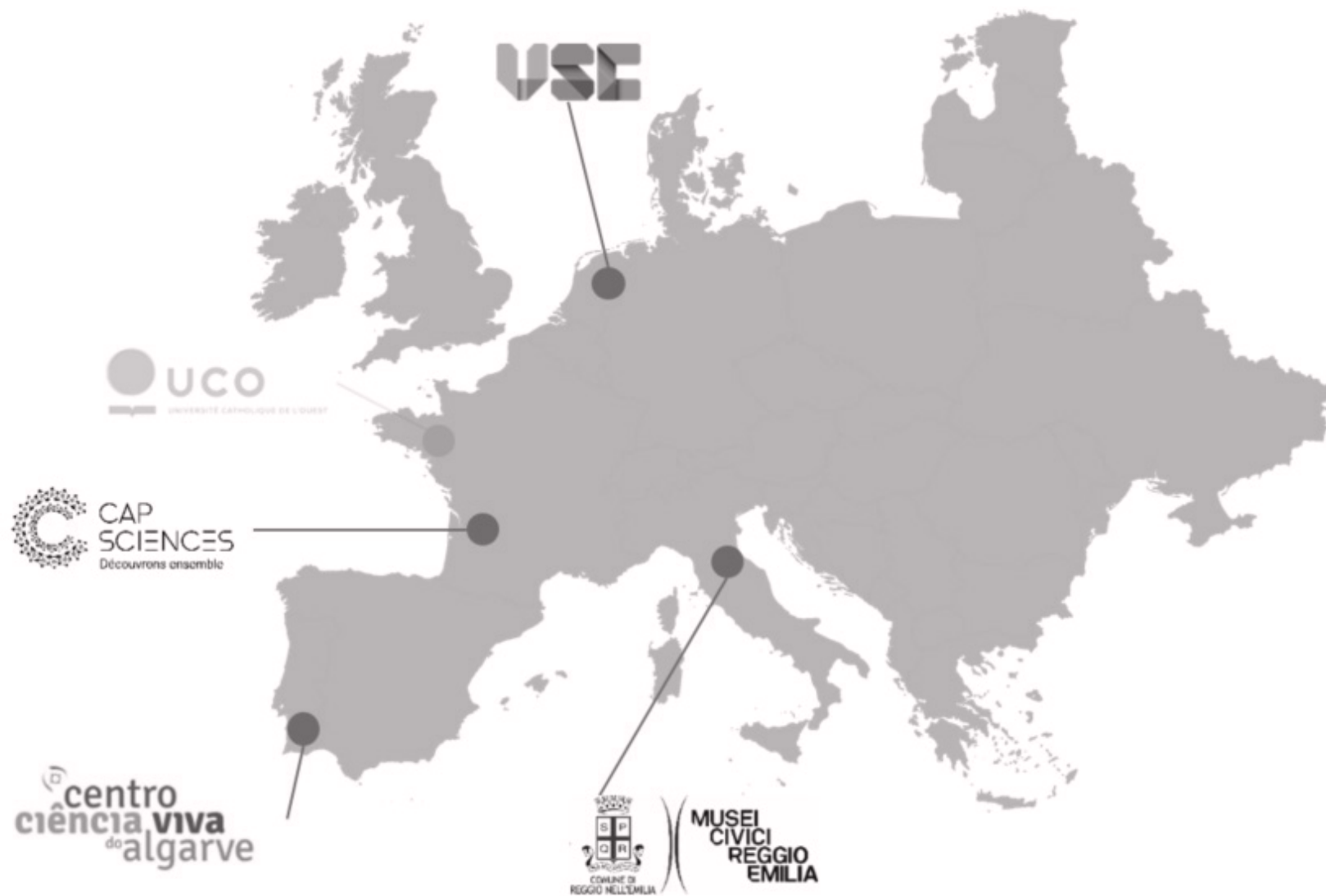
Cap Sciences Bordeaux - Frankrijk,

VSC-netwerk Amsterdam - Nederland,

I Musei Civici Reggio Emilia - Italië,

Centro Ciência Viva do Algarve Faro - Portugal

UCO (Université Catholique de l'Ouest) Angers - Frankrijk (partner tot en met augustus 2022)



Erasmus+





KADEIloSCOPE

Wat is KADEILOSCOPE?

KADEILOSCOPE is een praktische en reflectieve tool voor het culturele veld, ontworpen door culturele professionals en onderzoekers.

Je kunt er projecten op het gebied van **toegankelijkheid, diversiteit, gelijkheid en inclusie (ADEI*)** mee analyseren, evalueren en verbeteren.

Deze scantool is zo ontworpen dat hij in elk project kan worden gebruikt. Het helpt jou en je team het project te analyseren, je bewust te worden van problemen op het gebied van toegankelijkheid, diversiteit, gelijkheid en inclusie en verbeteringen aan te brengen.

Deze tool kan door elke professional, zonder specifieke kennis, voor elk project worden ingezet: een evenement, tentoonstelling, concert, workshop, theaterstuk, show, enz.

Ben je programma-ontwikkelaar, educator, facilitator, curator, projectmanager, scenograaf, hoofd educatie of **een ander lid van een projectteam?** Dan ben je bij ons aan het juiste adres!

ADEI heeft betrekking op iedereen en **iedereen maakt deel uit van de oplossing!**

Zet deze tool op je eigen manier in. **Er bestaat geen standaardrecept** met KADEILOSCOPE bewandel je je eigen pad. Vergeet onderweg niet elke kleine stap te vieren. ADEI-verbetering vereist een lange adem, maar elk stapje is er een!

Geen zorgen, je bent niet alleen. Je maakt deel uit van een peer community en de mensen om je heen, in je team, organisatie en daarbuiten, steunen je.

*ADEI is de Engelstalige afkorting van Accessibility, Diversity, Equity, Inclusivity

Hoe gebruik ik deze tool?

Je kunt de scantool gebruiken voor elk type activiteit: een evenement, een tentoonstelling, een concert, een workshop, een theaterstuk, een show, etc.

Je kunt het eenmalig gebruiken of - **bij voorkeur - bij al je projecten.**

Je kunt het in elke fase van je project gebruiken, maar het werkt het best aan het begin van een project. Zelfs bij het schrijven van het eerste voorstel kun je de tool al inzetten. **Hoe eerder je het gebruikt, hoe efficiënter je met ADEI omgaat.**

Je kunt de tool in je eentje gebruiken, maar **het heeft meer effect als je dit samen met je projectteam doet.** Door iedereen in de discussies te betrekken en verschillende perspectieven, ervaringen en ideeën met elkaar te vergelijken ontstaat er reflectie. Gebruik je het regelmatig, dan wordt de tool vanzelf een vaste partner in het ontwikkelproces.

KADEILOSCOPE

**Hoe meer je het gebruikt,
Hoe minder je het nodig hebt!**

Gebruik je deze tool voor het eerst?

Neem de tijd, tenminste 2 of 3 uur, om er stap voor stap doorheen te lopen. Daarna kun je er sneller mee werken, omdat je bekend bent met de principes.

Ervaren gebruiker?

Je weet hoeveel tijd je nodig hebt, je kunt zelfs alleen de onderdelen die je wilt gebruiken kiezen.

Een sober ontwerp

KADEILOSCOPE is zo ontwikkeld dat het met een eenvoudige printer geprint kan worden. De pagina's zijn ontworpen op dubbelzijdig, liggend A4. Om het printen te vereenvoudigen is het ontwerp beperkt tot zwart-wit. Op deze manier is KADEILOSCOPE niet alleen gemakkelijk in gebruik, maar, door zo min mogelijk gebruik te maken van papier en kleureninkt, ook nog eens energiezuinig.

Deze tool kan op twee manieren gebruikt worden. Beide manieren geven je inzicht in je project. Aan het einde heb je de mogelijkheid om je project zelf te evalueren met behulp van een **spinnenwebgrafiek** voor een snelle evaluatie of met een completer actieplan voor een diepgaande evaluatie.

Quickscan....of..... diepgaande evaluatie



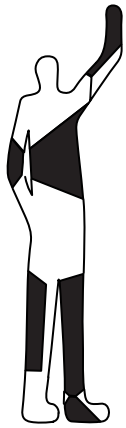
De quickscan geeft je informatie en stof tot nadenken, door antwoorden te geven op basis van de kennis die je op dat moment hebt. Je eerste gedachten, eerste ideeën, voor de hand liggende gegevens en/of onderbuikgevoelens. Het behandelt alle onderwerpen en geeft een snelle indruk, maar geeft je niet alle details en mogelijkheden.



Als je de diepgaande evaluatie kiest, ga je dieper op het onderwerp in. Je bekijkt een vraag vanuit meerdere invalshoeken. Je bediscussieert de vragen met collega's en/of zoekt antwoorden die je niet weet op.

Zes onderdelen

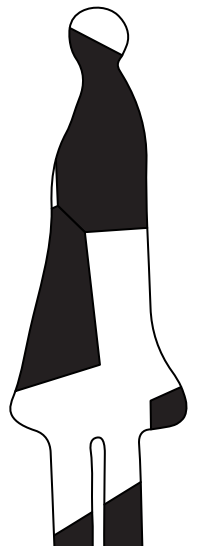
Je kunt de gebruikelijke stappen van een project doorlopen of je eigen route door de verschillende onderdelen bepalen.

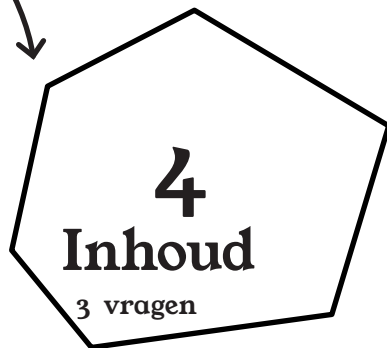


Bewustwording

Wat betekent toegankelijkheid, diversiteit, gelijkheid en inclusie voor een culturele organisatie?

Een korte, maar belangrijke introductie van een aantal basisconcepten.





Projectoverzicht

Een laatste stap waarin je alle onderdelen van jouw project naloop en je de ADEI hoofdpunten evalueert.

Bewustwording: introdactie van de basisconcepten

Voor je start met KADEILOSCOPE is het belangrijk om een gemeenschappelijke definitie van de begrippen **toegankelijkheid**, **diversiteit**, **gelijkheid** en **inclusie** te bepalen.

Deze termen worden vaak gebruikt en niet altijd met dezelfde betekenis. Neem de tijd om even stil te staan bij de betekenis van deze woorden. KADEILOSCOPE baseert zich hierbij op de inzichten van de Franse socioloog **Clémence Peronnet**, vroege partner van dit project, en op die van **Diversci**, een groep Europese professionals uit de wetenschappelijke cultuursector, die zich inzet om sociale rechtvaardigheid en inclusie in hun instellingen te versterken.

Toegankelijkheid

«Toegankelijkheid» gaat over wie toegang heeft tot culturele instellingen en middelen. Wie kan naar de instelling toekomen en heeft echt toegang? Wie kan zich identificeren met de inhoud, zowel binnen de instelling als erbuiten, bij externe activiteiten, bijvoorbeeld?

Enkele relevante vragen over toegankelijkheid zijn:

Hoe kunnen culturele instellingen in contact komen met bezoekers die zich geografisch of cultureel ver weg bevinden?

Wat moet de prijs zijn voor toegang tot cultuur en wie moet hiervan worden vrijgesteld?

Hoe maak je culturele locaties en inhoud fysiek toegankelijk voor mensen met een handicap of beperkte mobiliteit?

Toegankelijkheid wordt vanuit institutioneel perspectief meestal benaderd als «toegang hebben tot de infrastructuur». Het richt zich vrijwel uitsluitend op het ontwerp en neemt mensen met een beperking als uitgangspunt. Dit kan problematisch zijn, omdat je hiermee andere vragen uit de weg gaat. Het is noodzakelijk om jouw culturele instelling voor iedereen fysiek toegankelijk te maken, maar daarmee ben je nog niet toegankelijk genoeg.

Daarom is een van onze kernpunten: **inclusie is niet alleen toegankelijkheid.**



Diversiteit

Het woord «diversiteit» leidt tot een bredere benadering dan alleen «wie heeft toegang tot cultuur?» Het woord diversiteit legt de nadruk op 'verschil' en erkent dat culturele organisaties een publiek willen bereiken dat niet alleen breed, maar ook divers is. Mensen verschillen door een verscheidenheid aan eigenschappen: etniciteit, gender, leeftijd en klasse, om maar wat te noemen. Of het al dan niet hebben van een beperking.

Het woord diversiteit voegt dus twee nieuwe dingen toe:

- het dwingt ons te bedenken dat het gangbare publiek van culturele instellingen vaak homogeen en niet zo divers is,
- het dwingt instellingen om hun aanbod, inhoud, programmering, personeel in dit nieuwe perspectief te zien.

Tot slot is het in dit stadium belangrijk om in gedachten te houden dat de term diversiteit vaak wordt gekoppeld aan de dominante norm. Wie is divers? Wie verschilt? En van wie?

Met dit tweede woord kunnen we ons afvragen:

“Wie heeft toegang + tot wiens cultuur?»



Gelijkwaardigheid

De volgende stap is gericht op «gelijkwaardigheid»: het introduceert het concept van eerlijkheid en sociale rechtvaardigheid.

Dit gaat een stap verder dan zeggen dat mensen divers of verschillend zijn. Het betekent dat je onderkent dat verschillen zoals vrouw zijn, gehandicapt zijn, op het platteland wonen of van kleur zijn het leven van mensen op een oneerlijke manier beïnvloedt. De focus ligt hier niet meer op verschil, maar op discriminatie. De manier waarop je geïdentificeerd wordt als 'anders' kan onze fundamentele rechten beperken.

Rekening houden met gelijkheid impliceert ook rekening houden met machtsverhoudingen en ongelijkheid in de samenleving en in culturele organisaties.

Zodoende is de derde vraag die we onszelf moeten stellen:
"Wie wordt gewaardeerd in cultuur?"

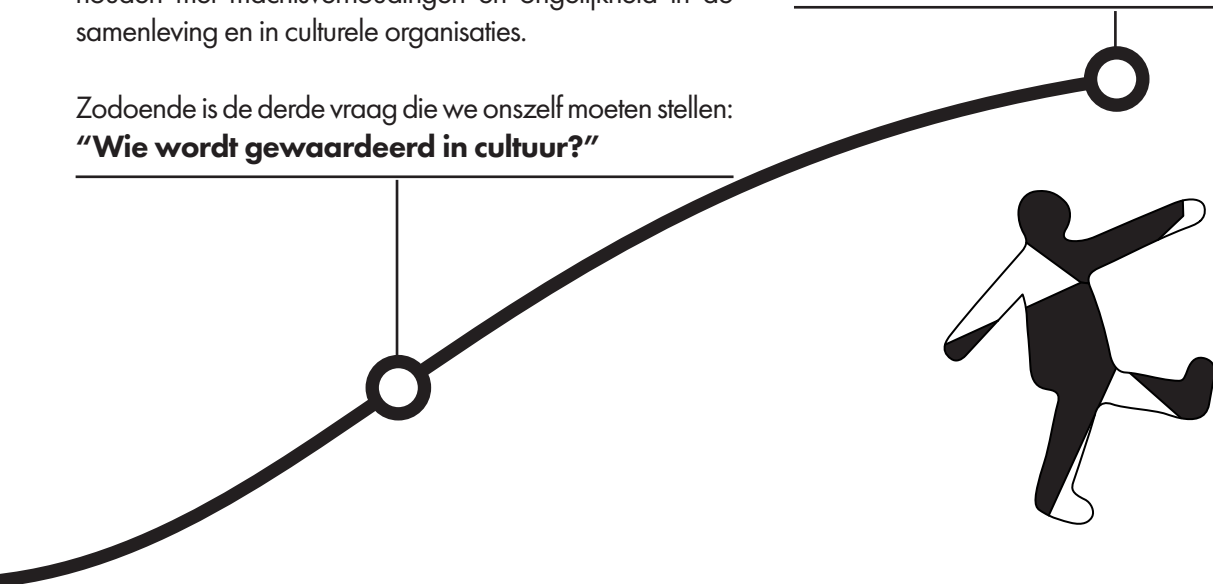
Inclusie

Inclusie is een veelgebruikt woord. Om het te kunnen definiëren concentreren we ons op de tegenovergestelde term: «uitsluiting».

De term uitsluiting is van fundamenteel belang als het om toegang tot deelname aan cultuur gaat. Alleen dan slaag je erin de focus van gebrek - waarin het de schuld van het beoogde publiek is dat ze niet komen, niet meedoen, er niet zijn, de cultuur niet begrijpen - naar een focus op wat het hen feitelijk onmogelijk maakt mee te doen in culturele organisaties.

Door het woord inclusie in ogenschouw nemen, moeten we ons afvragen:

"Wie wordt gesterkt door cultuur?"



Het doel is om het machtsevenwicht om te draaien:

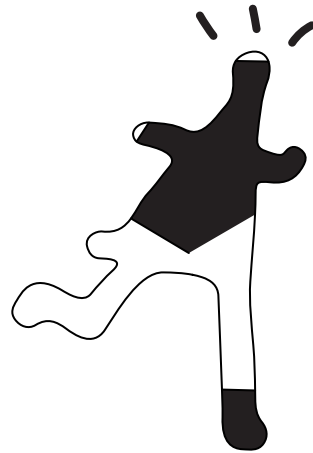
veroorzaken culturele organisaties uitsluiting dan kun je dit terugdraaien door nieuwe werkwijzen te hanteren, door rekening te houden met machtsverhoudingen en door de gebruikelijke manier van doen te veranderen.

Conclusie: beperk je project niet alleen tot toegankelijkheidsgedachten, dan zou je je doel weleens voorbij kunnen schieten.

Door inclusie mee te nemen in deze vier stappen, begrijp je dat het niet alleen gaat om het hebben van rolstoelhellingen of audiogidsen. Het diversifiëren van doelgroepen, personeel of programmering is niet afdoende.

Het is belangrijk te erkennen dat culturele organisaties machtsposities bekleden die gemarginaliseerde groepen discrimineren en uitsluiten.

Alleen dan kunnen we proberen een verandering in gang te zetten. En we gaan ervan uit dat het gebruik van de KADEILOSCOPE een manier is om deze verandering te starten!



Inclusie

Wie wordt gesteerd door cultuur?
Wie heeft de macht?

De machtsverhoudingen omkeren

Wanneer culturele organisaties uitsluiting veroorzaken, kan dit ongedaan gemaakt worden.

Gelijkwaardigheid

Wie wordt gewaardeerd?

Discriminatie
Sociale gelijkheid
Machtsverschillen

Diversiteit

Wiens cultuur?

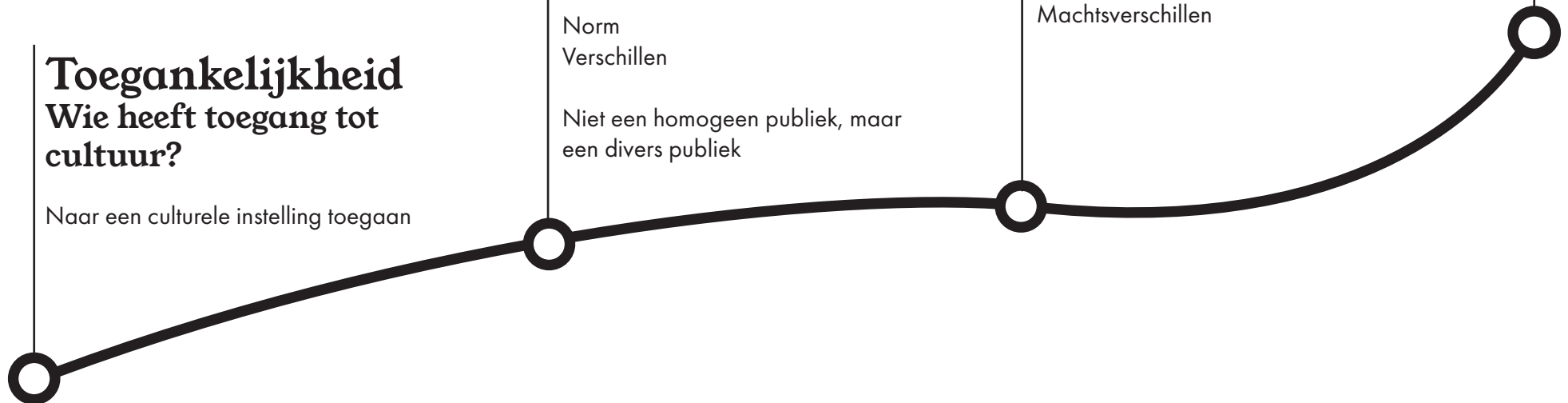
Norm
Verschillen

Niet een homogeen publiek, maar
een divers publiek

Toegankelijkheid

Wie heeft toegang tot cultuur?

Naar een culturele instelling toegaan



Over uitsluiting

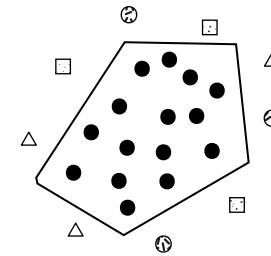
Ter afronding van deze introductie een aantal aanvullende aspecten die je inzicht geven in de term uitsluiting en de verschillende systemen die hiermee verband houden.

(Bron Diversci: <https://www.diversci.eu/key-principles/>)

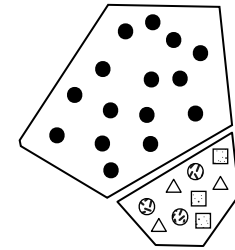
Uitsluiting ontstaat wanneer individuen en groepen de toegang tot een omgeving of middelen wordt ontzegd of wanneer zij discriminatie of onderdrukking ervaren.

Je kunt uitsluiting op verschillende manieren tegengaan:

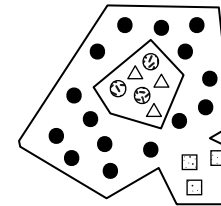
- **Segregatie:** creëert beperkte toegang op verschillende plaatsen door verschillende middelen in te zetten.
- **Integratie:** vindt plaats als uitgesloten groepen nog steeds als 'anders' gezien en behandeld worden. Er wordt van hen verwacht dat ze zich aanpassen en veranderen om erbij te horen. Integratie resulteert in ongelijkheid en beperkte toegang.
- **Inclusie:** is een proces gebaseerd op verandering en acceptatie. Inclusie is een gelijkwaardige en interactieve benadering, waarin voorwaarden gecreëerd worden die gebaseerd zijn op ieders behoeften, behoeften en voorkeuren. Zo wordt niemand uitgesloten. Inclusie is een multidimensionaal proces gericht op het creëren van omstandigheden die volledige en actieve deelname van ieder lid van de samenleving, in alle aspecten van het leven mogelijk maken. Inclusie wordt niet opgedrongen en deelname is een keuze. Ieder individu en elke groep wordt verwelkomd, gerespecteerd, ondersteund en gewaardeerd.



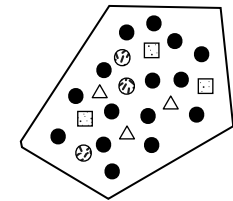
Uitsluiting



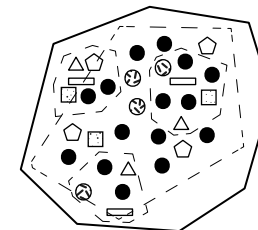
Segregatie



Integratie



Inclusie



Gewenste inclusie

Project in beeld

Laatste stap voordat je kunt starten! Gebruik deze pagina's om kort wat basisinformatie over het project of evenement waar je deze tool voor wilt gebruiken op te schrijven.

Projectnaam:

Korte omschrijving van het project:

Omschrijf, gebruik opsommingen of maak een tekening!

Datum:

Locatie:

Weet je nog niet alles? Geen probleem! '(Nog) niet bekend' is ook een goed antwoord!

Naam/namen van de mensen die KADEILOSCOPE gaan gebruiken:

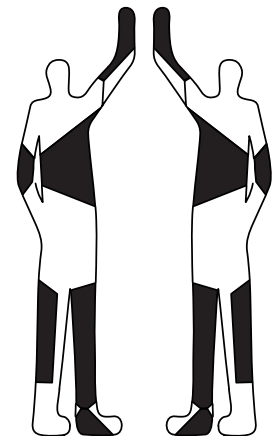
Team check: Hebben jullie allemaal hetzelfde doel voor ogen?

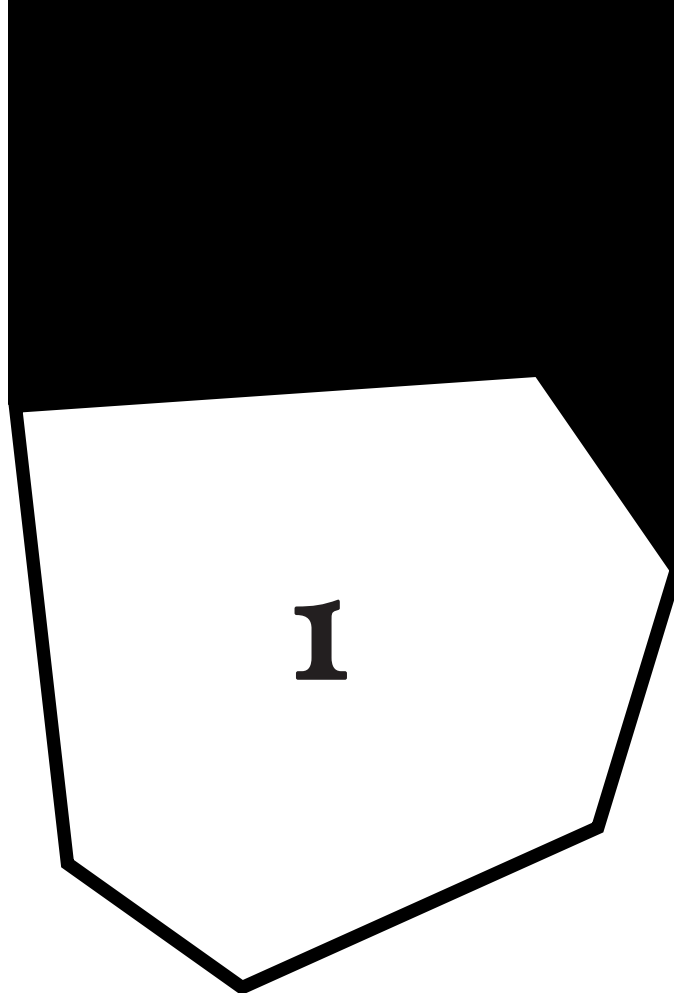
Deze tool kan worden gebruikt voor zowel grote als kleine en enkele of terugkerende projecten en evenementen. Er is geen goed of fout! Zorg er alleen wel voor dat er geen misverstanden zijn tussen teamleden over de reikwijdte van het project, voordat jullie in de vragen duiken.

Teamlid 1: «We richten KADEILOSCOPE op ons nieuwe Garden Guerilla-evenement op 1 maart, toch?»

Teamlid 2: «Nee, goed dat je het checkt!» We gaan de tool gebruiken om inzicht te krijgen in de volledige reeks van onze nieuwe duurzame evenementen. Dat omvat het volledige verloop van de 10 evenementen verspreid over het jaar en de eindshow tijdens het festival!»

Iedereen op dezelfde lijn?
Gecheckt? Mooi!
Dan kunnen we beginnen!





Doelen en motivatie

→ Inventariseer je motivatie en betrokkenheid. ←

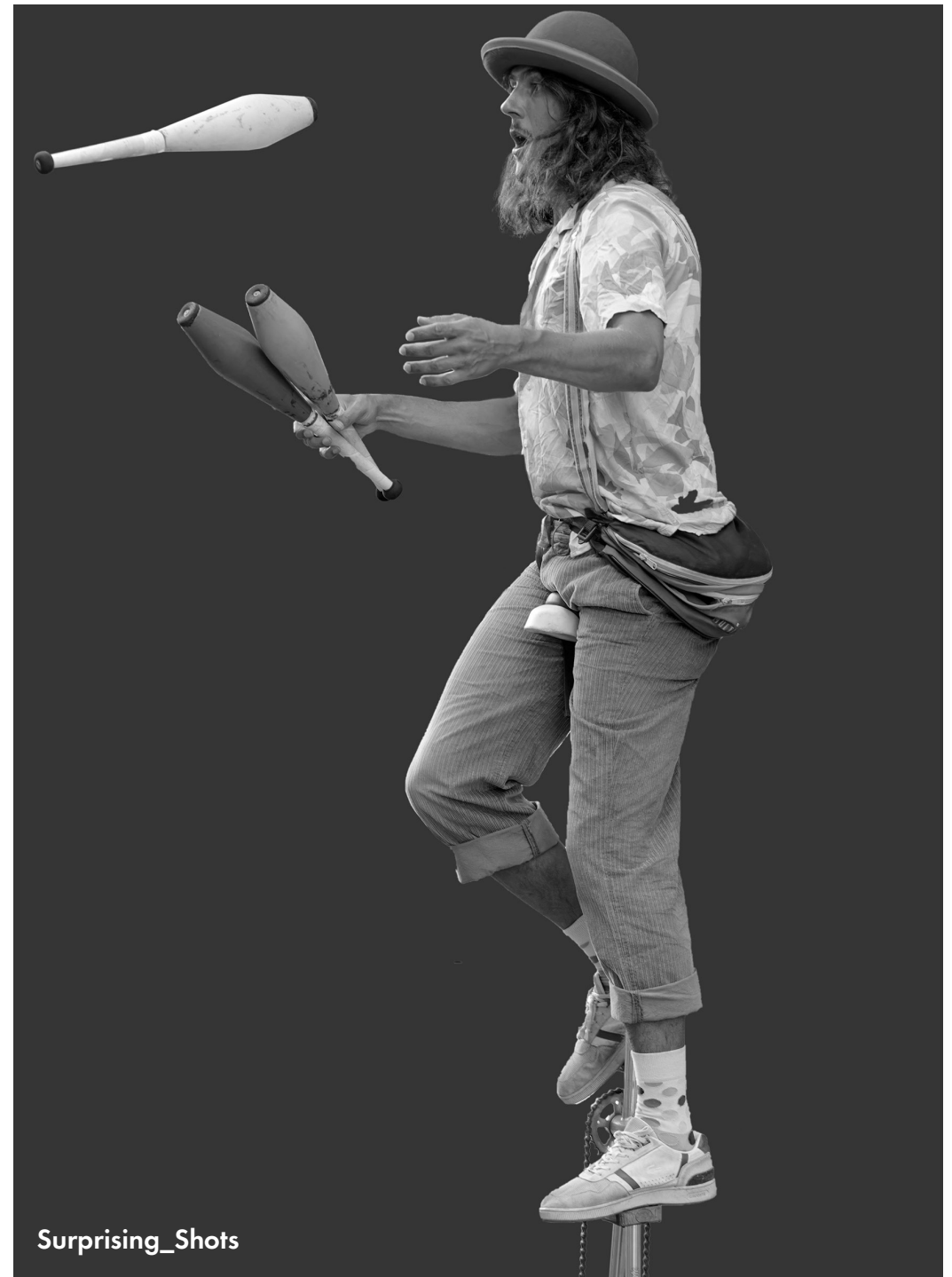
→ Denk na over je doelstellingen ten aanzien van inclusie. ←

Een hoofdstuk om je motivatie en doelen voor dit project helder te krijgen

1.1 Zie je inclusie als doel voor je project?

1.2 Wat is de positie van jouw organisatie en het bestuur? Ondersteunen zij je op het gebied van toegankelijkheid, diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusie?

1.3 Heeft het project doelstellingen of verwachte impact op het gebied van toegankelijkheid, diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusie?

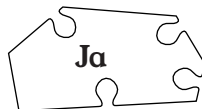


Surprising_Shots

Quickscan



Overweeg je inclusie als een doel voor je project?



Schrijf hier je notities:

Large dotted rectangular box for taking notes.

1.1

Ga direct naar de volgende pagina voor de quickscan



Verdieping

Waarom ADEI* overwegen in je project?

Is het een kwestie van persoonlijke waarden en betrokkenheid?

Wordt het verwacht op institutioneel niveau?

Verwacht het publiek het?

Is het ingegeven door externe partners of medewerkers?

Zijn er financiële voordelen mee gemoeid?

Betreft het eenmalige motivatie (voor een specifiek evenement of een eenmalig project)?

Is het omdat het een actueel sociaal vraagstuk is?

Large dotted rectangular box for taking notes.

* ADEI: Accessibility, Diversity, Equity, Inclusion

Goed om te weten...



Tokenism

Aan het begin van je project is het belangrijk om even de tijd te nemen om te achterhalen waarom je ADEL-onderwerpen overweegt. Zo kun je bepalen of je inspanningen op hun plaats zijn. Je moet boven water zien te krijgen of je beweegredenen voortkomen uit interne of externe verplichtingen, **zonder dat er een motivatie voor de lange termijn of sterke wil voor bestaat binnen jouw organisatie.**

Als je bijvoorbeeld aan specifieke eisen voor een subsidieaanvraag probeert te voldoen, zonder in de geldigheid van je actie te geloven of als je een ADEL-evenement ontwikkelt zonder langdurige inspanningen te willen doen, moet je jezelf afvragen: «Richten we ons op de juiste doelen? Als je twijfels hebt op dit punt, neem dan de tijd om nauwkeuriger naar de achtergrond van je project te kijken en identificeer de mogelijke problemen die kunnen ontstaan, zoals het risico op tokenism.

Tokenism is een praktijk waarbij je slechts symbolische inspanningen doet om leden van minderheidsgroepen bij je praktijk te betrekken, met als doel de indruk te wekken een inclusieve en diverse organisatie te zijn. Tokenism maakt het gebrek aan oprechtheid en het doen van valse beloften zichtbaar. Dit is op de lange termijn schadelijk voor je organisatie, met name voor de band met je publiek en partners. Er is een groot risico op tokenism, wanneer je een project opzet zonder intentie verandering teweeg te brengen in je organisatie, zonder de wil om de machtsverhoudingen die leiden tot discriminatie te keren.

Actiepunten

Stel je voor dat je slechts één keer per jaar een evenement gericht op ADEL organiseert. De rest van het jaar doe je niks om ADEL te verbeteren. En voor dit ene evenement nodig je een partner en publiek uit die je de rest van het jaar negeert. Dan kunnen zij zich gebruikt voelen en het vertrouwen in jou verliezen.

Het is belangrijk om je bewust te blijven van tokenism. Je maakt gemakkelijk fouten, zelfs met de beste bedoelingen. Om dit soort situaties te vermijden, kun je, telkens als je twijfelt, jezelf enkele essentiële vragen stellen:

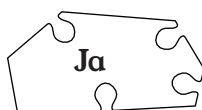
- Lijkt je project meer gedreven te worden door zichtbaarheidsdoelen dan door andere doelen?
- Voel je een significant verschil tussen de motivatie voor je project en de dagelijkse acties of mentaliteit van je organisatie?
- Denk je dat je project geen invloed zal hebben op de ontwikkeling van je organisatie? Bijvoorbeeld bewustwording van het personeel of het aangaan van nieuwe lange-termijnpartnerschappen?

Als je op al deze vragen 'ja' hebt geantwoord, moet je de tijd nemen om je project te heroverwegen, omdat je risico loopt op tokenism. Kijk welke aspecten je kunt verbeteren.

Quicksan



Wat is de positie van jouw instelling en het bestuur: ondersteunen ze het verbeteren van toegankelijkheid, diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusie?



Denk na over **jouw instelling/organisatie** en hoe deze staat ten opzichte van toegankelijkheid, diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusie?

Schrijf hier je notities:



Verdieping

Enkele indicatoren die je helpen nadenken over de positie van je instelling ten aanzien van ADEI:

Is het management divers en/of getraind in inclusief leiderschap?

Is er een officiële ADEI-verklaring of statement?

Is er een budget voor ADEI-initiatieven of -trainingen?

Is er officieel beleid, of zit ADEI in het DNA/fundament van de organisatie?

Is er een specifieke functionaris, medewerker of commissie voor ADEI-kwesties?

Is er een bemiddelaar in de organisatie waar je terecht kunt met ADEI-gerelateerde kwesties (voor medewerkers en/of voor het publiek)?

Goed om te weten...



Meer over institutionele ondersteuning

In lijn met de vorige vraag (1.1) is het belangrijk te bepalen waar jouw voorstellen en ideeën staan t.o.v. de context waarin je werkt. **Overweeg of jouw motivatie voor inclusie te maken heeft met persoonlijke betrokkenheid, of dat het ook een institutionele prioriteit is.**

Als inclusie een prioriteit is voor jouw organisatie, is dit een fijn uitgangspunt. Er zullen beslissingen moeten worden genomen, maar je wordt in staat gesteld te discussiëren, middelen te vinden en uiteindelijk acties te prioriteren.

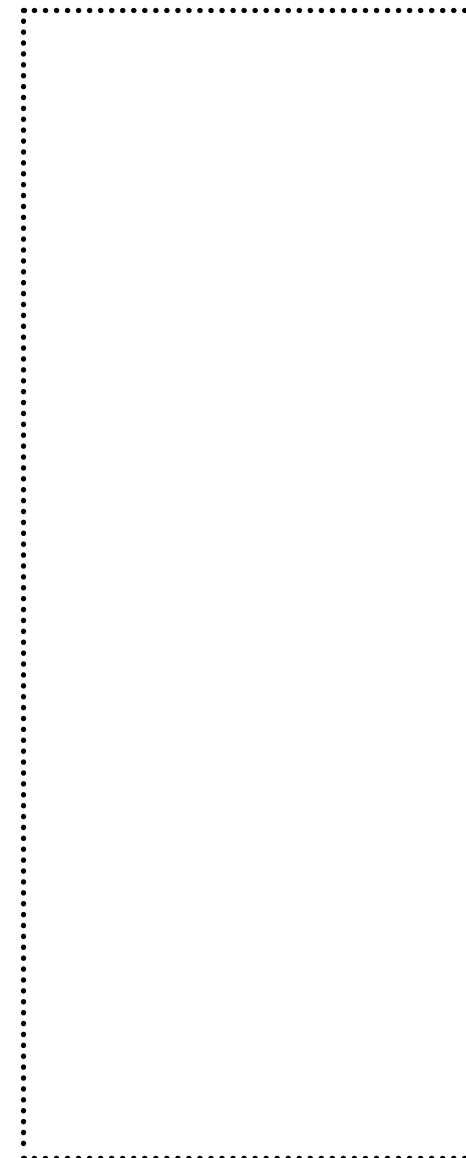
Vermoed je dat je onvoldoende institutionele steun krijgt, wees je dan bewust van de volgende risico's:

- Je kunt gedwongen worden bepaalde acties te stoppen die niet zijn goedgekeurd door je management.
- Je kunt jezelf alleen voelen in je werk of project en uiteindelijk overweldigd worden door wat je tegenkomt.
- Als jij het project, om welke reden dan ook, moet overdragen, zouden de inclusiedoelen kunnen sneuvelen.

Als je verwacht dat jouw instelling, managers en bestuur niet erg ondersteunend zullen zijn op het gebied van ADEI (zonder oordeel, instellingen hebben tal van prioriteiten en soms komt de planning van een project niet overeen met dat van de instelling), dan zijn er nog steeds mogelijkheden voor jouw project.

Suggesties om je te helpen:

- **Probeer de kosten en inspanningen van acties nauwkeurig in te schatten** voordat je beslissingen neemt. Richt je op acties zonder kosten of met lage kosten die de instelling niet te veel belasten en die jou ook niet te veel moeite kosten. **Probeer de «quick wins» te vinden:** kleine acties met succes en zichtbaarheid die je helpen bij de interne belangenbehartiging voor toegankelijkheid, diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusie.
- **Probeer je meest gemotiveerde collega's op het gebied van ADEI te vinden** en betrek hen bij je project: zij kunnen waardevolle ondersteuning bieden en goede pleitbezorgers zijn voor interne inclusie.



Quickscan



Heeft het project doelstellingen of verwachte impact met betrekking tot toegankelijkheid, diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusie?



Denk na over **jouw project en de impact** ervan op het gebied van toegankelijkheid, diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusie.

Schrijf hier je notities:

1.3

Ga direct naar de volgende pagina voor de quickscan



Verdieping

Bekijk de volgende doelstellingen en bedenk of ze relevant zijn voor jouw project. Wil je investeren in ADEI...

Om nieuwe (ondervertegenwoordigde) doelgroepen te bereiken?
Om bewustwording bij het personeel te creëren?

Om partnerschappen aan te gaan die de organisatie/het project nieuwe perspectieven bieden?

Om een ADEI-onderwerp onder de aandacht te brengen van je reguliere bezoekers?

Om de toegankelijkheid te verbeteren (digitaal/fysiek)?

Om verhalen of perspectieven aan de inhoud toe te voegen?

Om feedback te verzamelen om de bezoekerservaring te verbeteren?

Om het imago van de organisatie te verbeteren?

Misschien streeft jouw project nog andere ADEI-doelstellingen na. Je kunt ze hieronder noteren. Deel deze ook, want dat kan inspirerend zijn voor anderen!

Goed om te weten...



Kleine stapjes, grote impact

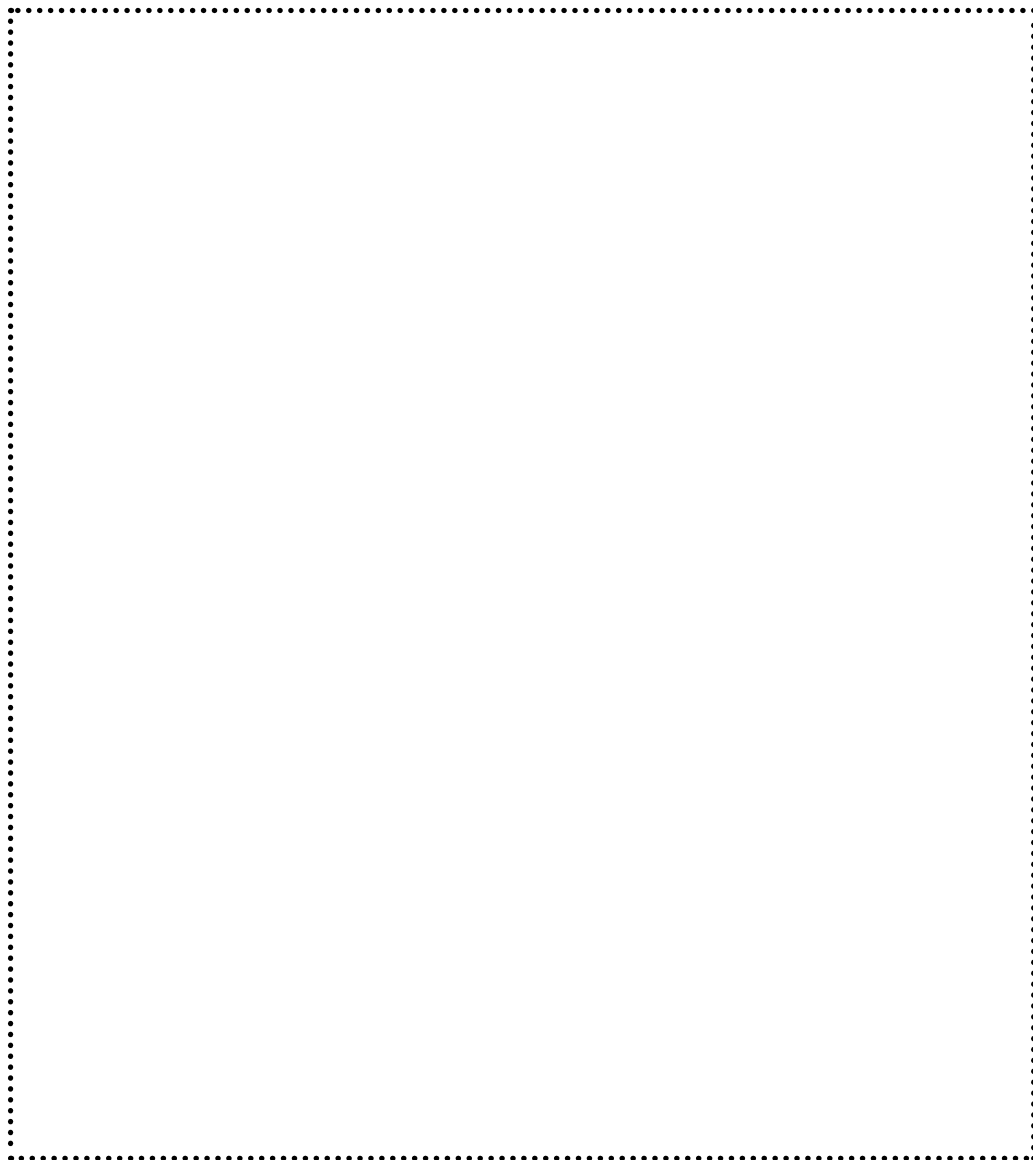
Om positieve impact te hebben op het gebied van toegankelijkheid, diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusie, hoeft een project niet aan meerdere doelstellingen te voldoen. Onthoud dat het verbeteren van inclusie een langdurig proces is, dat **in kleine stapjes gaat**. Soms kan het **focussen op één onderwerp of doelstelling je zelfs extra goed in staat stellen vooruitgang te boeken en grote impact te bewerkstelligen**.

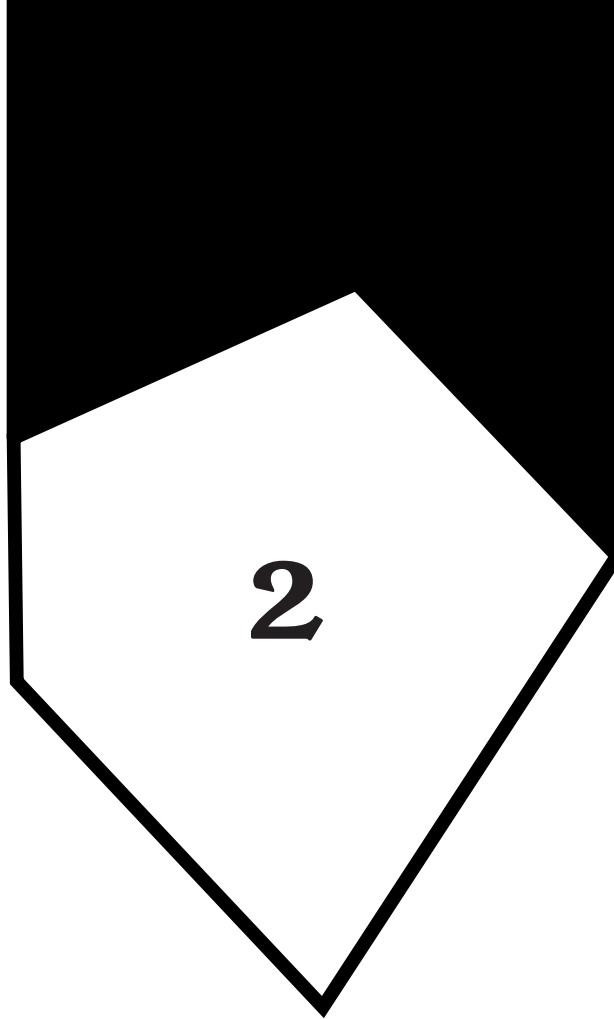
Bijvoorbeeld:

- Als jouw project zich richt op een specifiek ADEI-thema, dan kun je een daaraan gerelateerde **training aanbieden** waardoor bewustwording bij je collega's ontstaat die zelfs na je project blijft bestaan.
- Als jouw project **een kans biedt voor een nieuw ADEI-partnerschap**, dan kan dat ook de hele instelling helpen om denkwijzen en patronen te veranderen.
- Als jouw project de mogelijkheid biedt om **een nieuwe manier van werken te testen**, kan deze frisse aanpak inspirerend zijn en een blijvende impact hebben nadat je project is afgerond. Bijvoorbeeld: het introduceren van co-creatie met het publiek en partners, als je dit nog niet gewend bent. (Mocht dit het geval zijn, kun je beginnen met slechts een deel van je project om het eenvoudiger te maken).



Actiepunten





Team en middelen

→ Denk na over de diversiteit en het bewustzijn van onderwerpen met betrekking tot inclusie binnen je projectteam. ←

→ Denk na over je middelen: partners, publiek, Kiezen tussen deze twee, personeel. ←

Een hoofdstuk waarin je het projectteam en alle beschikbare middelen voor dit project onder de loep neemt voordat je begint.

2.1 Weet je waar je expertise kunt vinden op het gebied van toegankelijkheid, diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusie?

2.2 Biedt het projectteam een veilige omgeving voor alle teamleden en partners om hun perspectieven, ideeën, twijfels en suggesties te delen?

2.3 Beschik je over interne middelen om toegankelijkheids-, diversiteits-, gelijkwaardigheids- en inclusiekwesties in dit project aan te pakken?

2.4 Beschik je over externe middelen om toegankelijkheids-, diversiteits-, gelijkwaardigheids- en inclusiekwesties in het project aan te pakken?





Misschien

Gedeeltelijk

Jq

Schrijf hier je notities:



2.1

**Ga direct naar de volgende
pagina voor de quickscan**

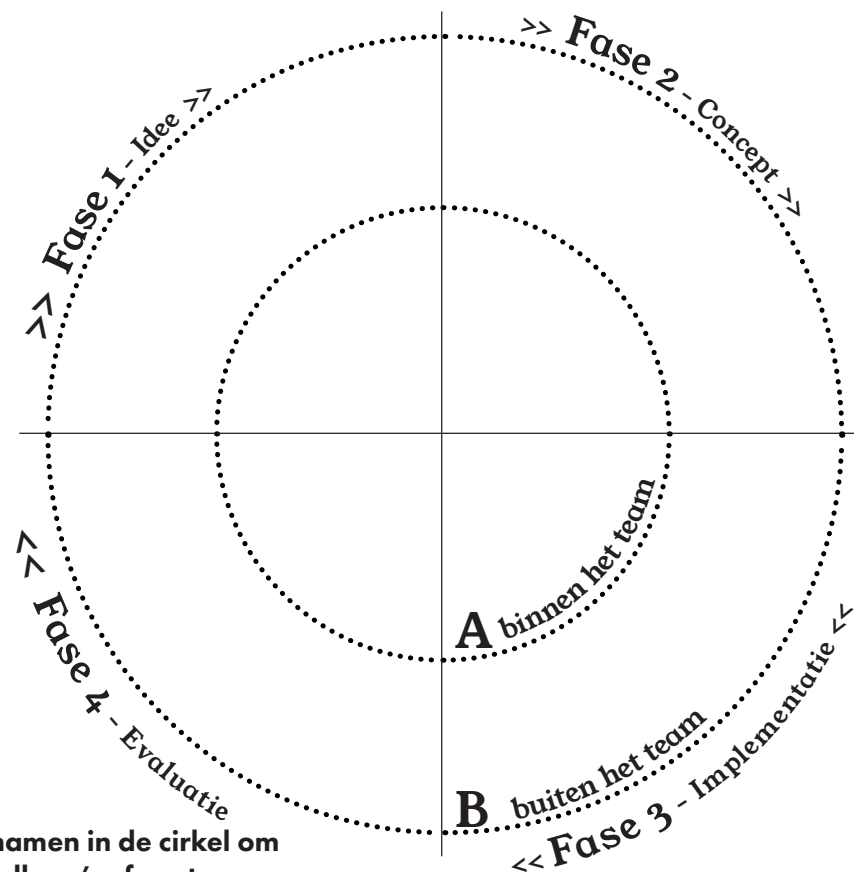


Is er ADEI-expertise aanwezig in het projectteam of in de organisatie?

Zijn er leden van het projectteam opgeleid en/of op de hoogte van toegankelijkheids-, diversiteits-, gelijkwaardigheids- en inclusievraagstukken? En binnen jouw organisatie?

Weet het team waar expertise buiten de organisatie te vinden is? Zijn er externe middelen beschikbaar om meer perspectieven en expertise bij het project te betrekken?

**Deze cirkel geeft het projectproces
weer, van de creatieve fase tot de
evaluatie aan het einde.**



Zet stippen of namen in de cirkel om te zien welke collega's of partners op welke momenten meewerken aan het project.

Goed om te weten...



Diversiteit in het projectteam

Zowel uit de praktijk als uit wetenschappelijk onderzoek blijkt dat er een grote kans is dat je projectteam niet representatief is voor de diversiteit van de maatschappij. Dit kan je bewustzijn/expertise over ADEL-onderwerpen en uitsluiting beperken. Gebrek aan diversiteit binnen culturele projectteams komt veel voor. Er zijn oplossingen voor.

Kortetermijnacties

- Kijk naar het voltallige personeel van je organisatie.

Misschien heb je collega's getraind zijn in het onderwerp de hoogte of opgeleid zijn, of van wie je weet dat zij discriminatie en ongelijkheid hebben ervaren, die je in een bepaalde fase van je project zou kunnen uitnodigen?

- **Kijk ook buiten je organisatie:** er zijn partners die dagelijks met verschillende inclusiekwesties omgaan. Maak ruimte voor een of twee van hen, nodig ze uit om deel te nemen aan een speciale commissie over je project, of neem gewoon de tijd om te luisteren naar wat ze te vertellen hebben over je project en je kwesties.

- Als jouw project zich specifiek op één kwestie richt, **probeer dan een specifieke training of inspirerende bijeenkomst met een gastspreker te organiseren**. Al is het maar voor 1 of 2 uur, het kan het bewustzijn binnen je projectteam vergroten en jullie helpen bij het werken aan deze kwestie.

Actiepunten

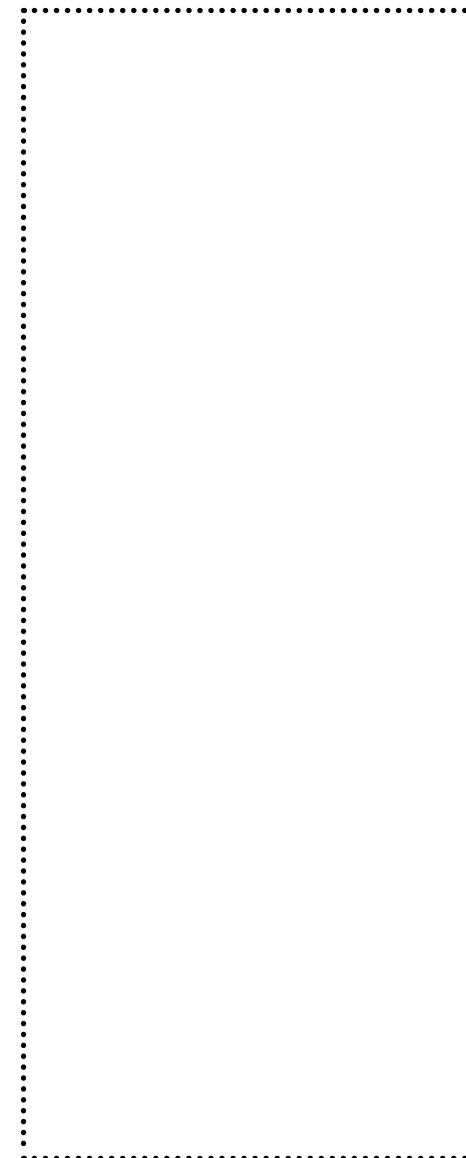


Langetermijnacties

- Ga in gesprek met het bestuur/directie/management of personeelszaken over diversiteit onder het personeel, nieuwe wervingsmethoden en het inwerken van nieuwe medewerkers.

- Stel regelmatige **scholing** over toegankelijkheid, diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusie **voor al het personeel** voor.

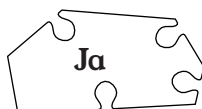
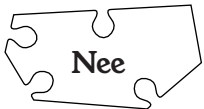
- Streef in al je projecten naar het **ontwikkelen van duurzame relaties met partners** die zich inzetten voor meer toegankelijkheid, diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusie. Zij zullen hun expertise graag met je delen.



Quicksan



Biedt het projectteam een veilige omgeving, voor alle teamleden en partners, waarin zij hun perspectieven, ideeën, twijfels en suggesties durven te delen?



Denk na over **de context** waarbinnen je project wordt besproken en **beslissingen** worden genomen.

Schrijf hier je notities:

--	--

2.2

**Ga direct naar de volgende
pagina voor de quickscan**



Verdieping

Denk na over de volgende aspecten. Ze helpen je te beoordelen of jouw project een veilige omgeving biedt en ze bieden inzicht voor het plannen van acties.

Hoe is het projectteam georganiseerd?



Worden alle stemmen gehoord tijdens het hele project?

Is het duidelijk wie verantwoordelijk is en wie de belangrijkste beslissingen neemt, waarom en hoe?

Hoe worden mensen/partners die betrokken zijn bij de organisatie van jouw project beloond voor hun werk?

Ontvangen alle betrokkenen eerlijke beloning en gelijkwaardige werkomstandigheden (salaris, eerlijke contracten)?

Vind het project plaats in een veilige omgeving? Is er een persoon waar je bij terecht kunt op het moment dat dit niet zo is?

Goed om te weten...



Gezagsverhoudingen binnen het team

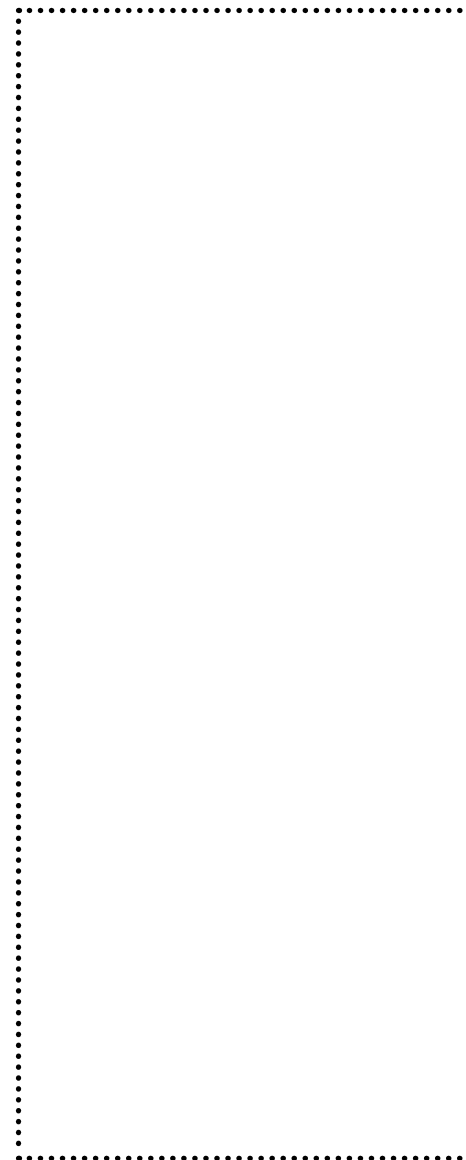
Wanneer je inclusie wilt verbeteren in je activiteiten, is het niet alleen belangrijk je bewust te zijn van de diversiteit van het personeel, maar is het ook belangrijk om rekening te houden met **gezagsverhoudingen binnen het team**. Zo weet je zeker dat ieders stem echt gehoord wordt. Je collega's hebben misschien heel scherpe vragen en briljante ideeën, maar als daar geen ruimte voor is, kom je ze nooit te weten.

Een aantal suggesties (er zijn er nog veel meer) die je helpen **een veilige ruimte** te creëren en ervoor zorgen dat je teamleden zich gesteund voelen ideeën te delen:

- **Betrek elk teamlid** bij elke fase van je project.
- Vraag je projectteam wat **een veilige setting voor hen betekent**; niet iedereen heeft hier hetzelfde beeld bij.
- Zorg voor een **goede en begripvolle sfeer** tijdens vergaderingen en in relaties met partners.
- Bekijk, indien nodig, **tips voor het faciliteren van samenwerking**, om ervoor te zorgen dat iedereen zich uit, vooral teamleden die de neiging hebben op de achtergrond te blijven.
- Vermijd het laten meewegen van een mening op basis van de status van de afzender en **probeer op gelijkwaardige manier naar iedereen te luisteren**.

Actiepunten

Bovenal is het van belang de daad bij het woord te voegen: je kunt geen inclusieve activiteiten ontwikkelen binnen een projectteam waar onveiligheid en sociale ongelijkheid heerst.



Quickscan



Beschik je over interne middelen om toegankelijkheids-, diversiteits-, gelijkwaardigheids- en inclusiekwesties in dit project aan te pakken?



Denk na over **je project en de beschikbare middelen.**

Schrijf hier je notities:

Large dotted rectangular box for writing notes.

2.3

Ga direct naar de volgende pagina voor de quickscan



Verdieping

Denk na over de volgende vragen:

Is het mogelijk om extra budget, tijd of personeel te krijgen om aan de ADEI-kwesties binnen dit project te werken, wanneer dat nodig is?

Is dit onderdeel van het projectplan of moet het nog aan het plan worden toegevoegd?

Large dotted rectangular box for writing answers to the questions.

Goed om te weten...



Actiepunten



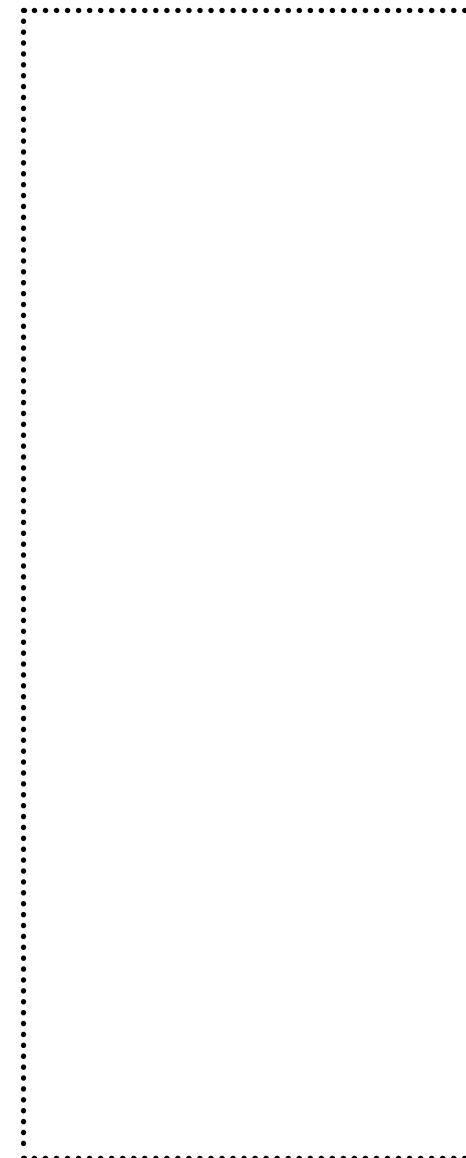
Hoe kun je omgaan met financiële beperkingen?

«We hebben geen geld om inclusief te zijn», «Het is te duur om elk apparaat in onze tentoonstelling aan te passen»... Dit zijn veelgebruikte argumenten om geen aanpassingen door te voeren. Er zijn veel verschillende manieren om op deze argumenten te reageren.

Ten eerste, om inclusief te zijn is het niet altijd nodig om grote veranderingen door te voeren of veel geld vrij te maken. Onze DiverSci collega's zeggen daarover bijvoorbeeld: *"Het implementeren van een rechtvaardige en inclusieve aanpak betekent niet noodzakelijkerwijs dure veranderingen. Kleine veranderingen **kunnen en groot verschil maken** zonder de kosten voor het eindproduct, de tentoonstelling, de activiteit, etc. te beïnvloeden. **Aanpassingen in de kleur van afbeeldingen of de grootte en lettertypen van tekst, figuren en voorbeelden kunnen de toegankelijkheid relatief simpel verbeteren en hebben geen invloed op het budget!"***

Ten tweede kunnen buitensporige kosten worden voorkomen door meteen **aan het begin van een project rekening te houden met ADEI**. Door aan het begin van een project de beschikbare middelen te inventariseren, en op basis daarvan slimme keuzes voorkom je onvoorziene kosten. Ook kun je aan het begin van een project meteen al de onderdelen die niet in lijn zijn met ADEI in kaart brengen. Het geld dat daardoor vrij komt, kun je op een andere manier besteden.

Tenslotte kan het **ontwikkelen van inclusieve activiteiten en projecten nieuwe voordelen opleveren** voor je organisatie of project. Zoals bijvoorbeeld een toename in participatie, wat zich vertaalt in een positief financieel resultaat en/of het aantrekken van nieuwe partners die je instelling steunen.



Quickscan



Heb je toegang tot externe bronnen om problemen met toegankelijkheid, diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusie te identificeren en aan te pakken?



Denk na over **je project en de bronnen**.

Schrijf hier je notities:

Large dotted rectangular box for taking notes.

2.4

Ga direct naar de volgende pagina voor de quickscan



Verdieping

Denk na over deze vragen:

Betrek je lokale en partners uit het sociale domein met expertise op het gebied van ADEI-vraagstukken bij het project?

Bespreek je ADEI-vraagstukken weleens met andere vakgenoten of collega's uit de culturele sector?

Ken je mensen uit de beoogde doelgroep wiens mening relevant kan zijn voor dit project?»

Large dotted rectangular box for taking notes.

Goed om te weten...



Actiepunten



Je partners en doelgroepen zijn een belangrijke bron van kennis

In een project ben je als team niet de enige speler in het spel. Vooral als je met ADEI-vraagstukken te maken hebt, is het belangrijk om naar de context te kijken: word je ondersteund in de keuzes die je maakt? Heb je de middelen tot je beschikking om actie te ondernemen?

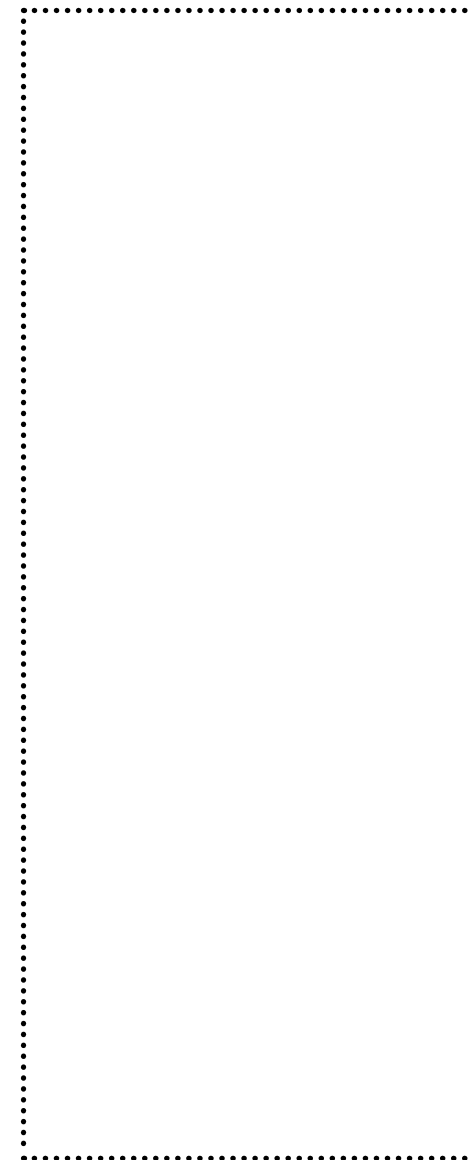
Er zijn veel bronnen van kennis om je heen: intern en extern. Vaak beschouwen we partners en doelgroepen niet als mogelijke bronnen, terwijl zij juist de sleutel tot succes en goede bondgenoten in co-creatie kunnen zijn. Dat vormt de kern van de ADEI-spirit: «**Nooit OVER jou, ZONDER jou**».

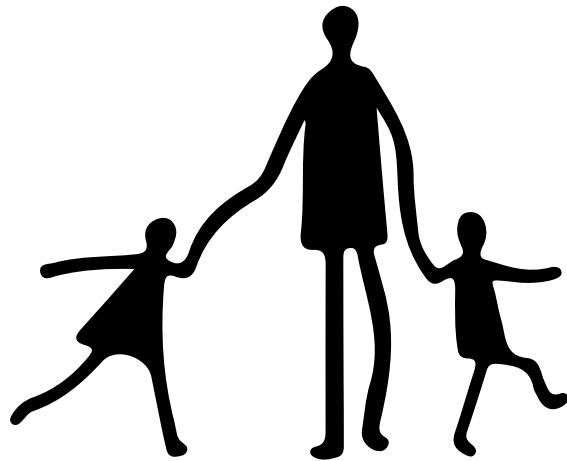
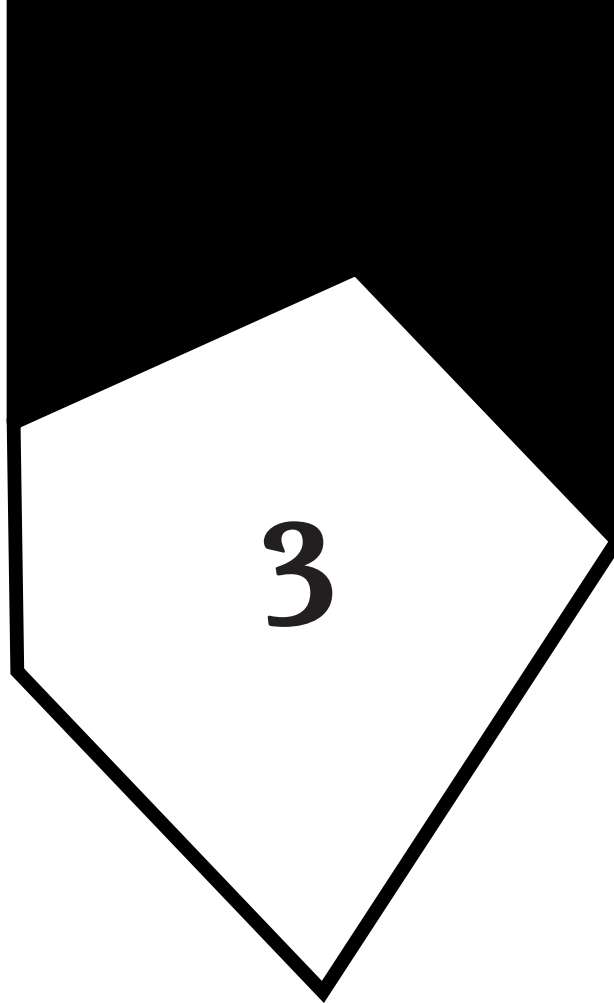
Vergeet niet om ook na te denken over beloningen en erkenning voor betrokken doelgroep en partners, bijvoorbeeld door:

- het vermelden van de © credits van de deelname van de partners en het zorgen voor zichtbaarheid,
- compensatie te bieden aan deelnemende doelgroepen en partners.

Andere tips:

- Maak een **kaart van individueën en/of organisaties** in je omgeving die zich bezighouden met ADEI-thema's. En houd deze kaart up to date.
- Onderzoek of er in je omgeving of bij openbare instellingen in de buurt **iemand is die verantwoordelijk is voor ADEI-thema's** die je om hulp kan vragen om partners, middelen, etc.. te vinden.
- Ga productieve en creatieve banden aan met organisaties en andere lokale partners. Bijvoorbeeld door ze te **betrekken bij de activiteiten van jouw organisatie en door deel te nemen aan hun evenementen**.
- Neem een aantal partners die zich bezighouden met ADEI-thema's op in de **wetenschappelijke- of adviescommissie van het project**.
- Richt je tot **peer communities** die kunnen helpen bij het vinden van relevante bronnen en referenties voor je project.





Publiek

- Definieer je doelgroepen en analyseer wie het risico loopt om uitgesloten te worden. ←
- Ontdek de blinde vlekken en vooroordelen die je hebt over deze doelgroepen. ←
- Vraag je af hoe je het publiek betrekt en hoe je project mensen sterker maakt. ←

Een hoofdstuk om na te denken over het publiek van je project

3.1 Richt je je op specifieke groepen of doelgroepen voor dit project?

3.2 Heb je nagedacht over het risico van uitsluiting?

3.3 Denk je in termen van mogelijkheden als je de doelgroepen die mogelijk worden uitgesloten onder de loep neemt?

3.4 Betrek je het publiek op enige manier bij het project?

3.5 Zorg je echt voor een verrijkende ervaring voor iedereen?



KeithJJ

Quickscan



Richt je je op specifieke groepen of doelgroepen voor dit project?



Denk na over **het publiek voor jouw project. Wie zijn dat?** Gezinnen, tieners, schoolklassen, volwassenen, ouderen, kinderen, toeristen of bezoekers met een andere culturele en taalkundige achtergrond?

Schrijf hier je notities:

3.1

Ga direct naar de volgende pagina voor de quickscan



Verdieping

Beschrijf meer in detail wie je wilt bereiken met dit project.
Denk na over de volgende zaken:

De leeftijd van je doelgroep

Kinderen / tieners / volwassenen / mensen boven de 65

Gender van je doelgroep

Bestaat je doelgroep meer uit vrouwen/meisjes of mannen/jongens? Heeft dit invloed op je project? Heb je rekening gehouden met mensen die zich niet herkennen in deze binaire genderdefinities?

De achtergrond van je doelgroep

Op sociaal, taalkundig en cultureel vlak, basiskennis en -vaardigheden

De economische en sociale situatie

werkend/werkloos, studierend, gepensioneerd

De context en reden van bezoek

Verplicht schoolbezoek, familiebezoek, vrijwillige, individuele deelname: om te leren, voor plezier, om mensen te ontmoeten, voor een esthetische ervaring, om deel uit te maken van een gemeenschap, om zelf te creëren.

De situatie van je doelgroep. Voor kinderen, bijvoorbeeld:

kinderen op school = leerlingen

kinderen op jeugdkamp of in een andere georganiseerde, recreatieve groep

kinderen met hun familie of andere verzorgers

kinderen met leeftijdsgenoten binnen een speciale activiteit zoals een verjaardag

Goed om te weten...



Ken je doelgroep

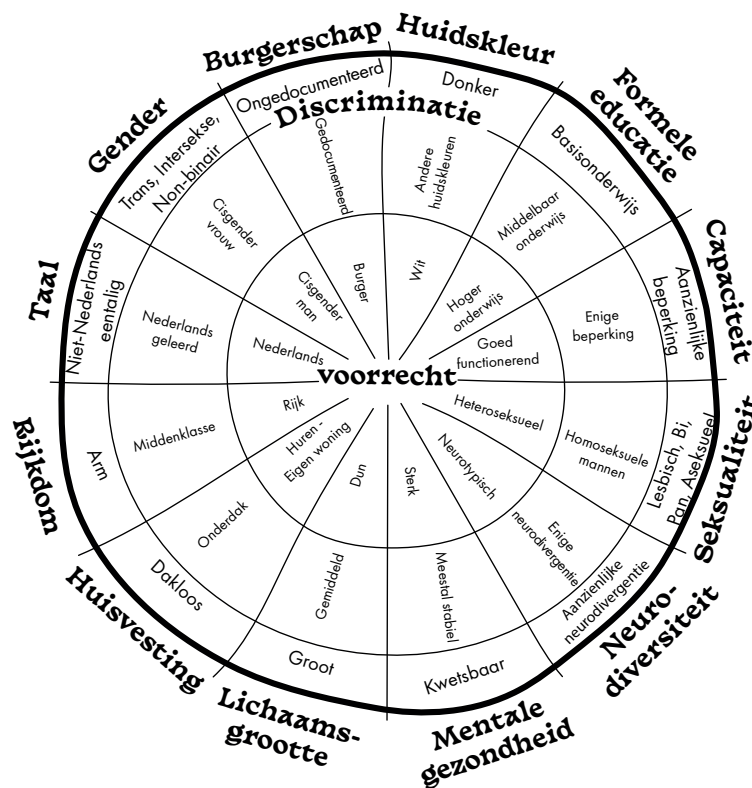
Maar al te vaak denken we dat we onze doelgroep binnen 3 minuten kunnen identificeren en gaan we daarna snel verder naar de volgende fase van projectontwerp. In plaats daarvan is het raadzaam de tijd te nemen om meer gedetailleerde vragen te stellen over de doelgroepen die je wilt bereiken en op zoek te gaan naar meer specifiekere informatie. Misschien verzamelt jouw organisatie gegevens over doelgroepen die nuttig kunnen zijn? Zo niet, dan kun je ook waardevolle informatie vinden in nationale enquêtes over de culturele gewoonten van de gebruikelijke doelgroepen van culturele organisaties. Denk ook aan het raadplegen van relevante wetenschappelijke artikelen of boeken.

Als je gedreven wordt door inclusie, is deze informatie misschien niet voldoende om alle aspecten van je doelgroepen in overweging te nemen. Vooral als de doelgroepen afwijken van de gebruikelijke doelgroepen van jouw organisatie. Naast de vragen aan de linkerkant kun je ook de 'Wheel of Power' aan de rechterkant gebruiken om alle aspecten die onze identiteit vormen volledig te overwegen. **Ben je er zeker van dat je al deze vragen hebt meegenomen toen je voor het eerst aan je doelgroep dacht?**

WHEEL OF POWER

De 'Wheel of Power' is bekend geworden door illustrator Sylvia Duckworth. Zij baseerde haar figuur op de Canadian Council for Refugees, aangevuld met verschillende andere voorbeelden. **Het wiel bestaat uit meerdere aspecten die onze identiteit vormen en illustreert machtsrelaties, privileges, kwetsbaarheid en discriminatie die mensen**

in onze samenleving tegen kunnen komen. De kenmerken met de meeste macht in de westerse samenleving staan in het midden, de kenmerken die het meest gediscrimineerd worden zijn aan de rand geplaatst.



Je kunt het wiel inkleuren om snel overzicht te krijgen van je doelgroepen en hun situatie met betrekking tot macht en privileges.

Actiepunten



Quickscan



Heb je rekening gehouden met het risico op uitsluiting in je project?



Denk na over **de doelgroepen** voor je project en vraag je af wie **het risico loopt om uitgesloten te worden**. Je kunt de 'Wheel of Power' (vorige pagina) gebruiken om je hierbij te helpen.

Schrijf hier je notities:

3.2

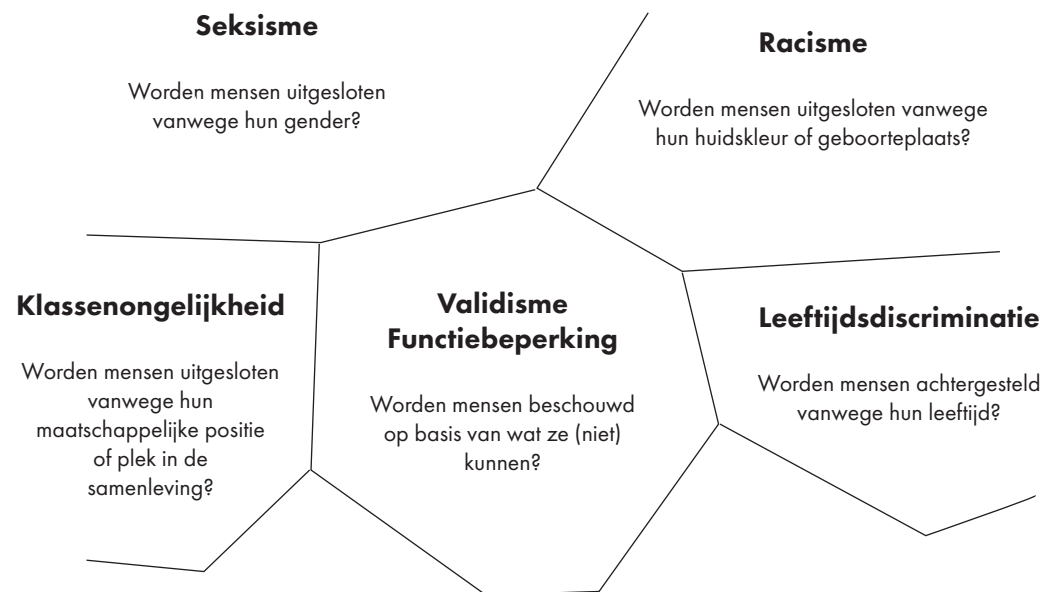
Ga direct naar de volgende pagina voor de quickscan



Verdieping

Probeer vast te stellen of er vooroordelen, aannames, blinde vlekken en stereotyperingen zijn als je nadenkt over (potentiële) doelgroepen voor dit project. Denk na over:

Denk na over:



Een voorbeeld:

Bij een project waarin je een nieuwe tentoonstelling ontwerpt voor kinderen onder de 6 jaar, zou het projectteam zich automatisch kunnen richten op heteroseksuele, witte, valide, midden- of hogere klasse-gezinnen. Met andere woorden: de dominante norm die culturele instellingen bezoekt (vaak een weerspiegeling van de samenstelling van het projectteam). Dat kan leiden tot het

ontwerpen van inhoud of communicatie-elementen die kinderen en gezinnen die niet aan deze norm voldoen uitsluiten of ongemakkelijk maken. Eenoudergezinnen, ouders van hetzelfde geslacht, samengestelde gezinnen, gezinnen uit andere culturen, ouders of kinderen met een beperking of kinderen die gescheiden zijn van hun ouders, bijvoorbeeld.

Goed om te weten...



Actiepunten

Het risico van essentialisme: hokjesdenken vs. kruispuntdenken

We hebben allemaal de gewoonte om doelgroepen (en mensen in het algemeen) in te delen in categorieën om dingen eenvoudiger te maken. Zelfs de 'Wheel of Power', waarin elk deel gewijd is aan een bepaald kenmerk, kan hiertoe leiden. Hoewel categoriseren als eerste stap belangrijk kan zijn om de situatie van mensen in te schatten, is het even belangrijk om er een intersectionele analyse tegenover te zetten. Zo krijg je inzicht in de complexiteit van elke individuele situatie.

Het concept van intersectionaliteit werd geïntroduceerd en bekend gemaakt door advocaat, burgerrechtenactivist en intersectioneel feminist Kimberley Crenshaw. Zij voerde campagne om het gebrek aan erkenning van discriminatie tegen zwarte vrouwen in de Verenigde Staten aan te tonen. Het feit dat deze vrouwen zich op het kruispunt van twee discriminerende kenmerken bevonden ('zwart' en 'vrouw'), maakte hen onzichtbaar voor de wet.

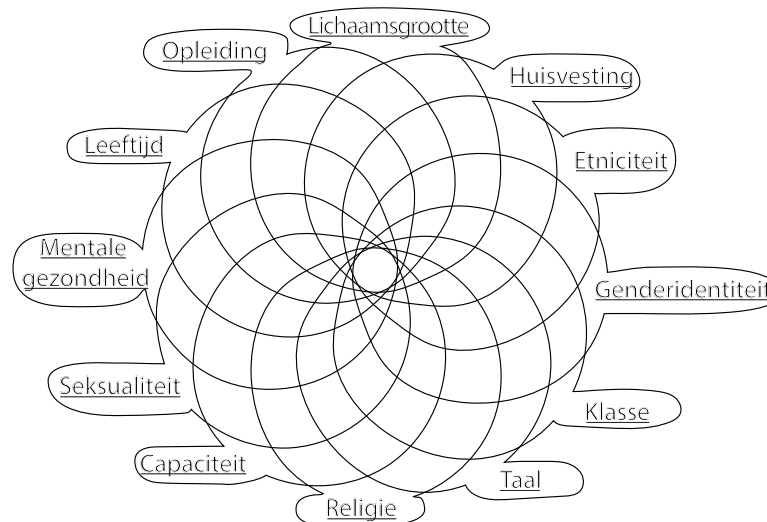
Ieders leven wordt gevormd door interactie tussen sociale factoren en individuele kenmerken: leeftijd, gender, lengte, huidskleur, fysieke en mentale capaciteit, maar ook seksuele geaardheid, opleiding, burgerschap, rijkdom, talen, familie, religie, enzovoort. Deze rangschikking komt voort uit een krachtig systeem van sociale overheersing, dat we allemaal ervaren. Of het nu op een bevoorrechte of minder bevoorrechte manier is. (Denk aan privileges/discriminatie binnen de 'Wheel of Power' bij vraag 3.1.). Om de complexiteit van de situaties van ons publiek volledig te begrijpen, is het noodzakelijk te beseffen dat mensen niet alleen worden gedefinieerd door deze kenmerken, maar dat mensen het resultaat zijn van een complexe combinatie van al deze elementen. Dit wordt weergegeven in de 'Wheel of Intersectionality', hiernaast, gebaseerd op de illustratie van Sylvia Duckworth. Dit kruispuntwiel maakt de raakvlakken tussen de elementen zichtbaar.

Onthoud dat het noodzakelijk is om de verschillende systemen van overheersing afzonderlijk te bestuderen, om de blinde vlekken en stereotyperingen in je project boven water te krijgen, maar doe dit altijd in combinatie met een intersectionele blik, die recht doet aan alle elementen van iemands identiteit.

De twee wielen helpen je hierbij:

- het 'Wheel of Power' vraag 3.1
- het intersectionaliteitswiel: vraag 3.2

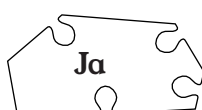
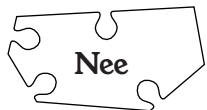
Je kunt beide wielen in kleur eenvoudig online vinden (de kleuren maken het principe duidelijker)



Quickscan



Denk je in termen van competenties en mogelijkheden als je doelgroepen overweegt die het risico lopen te worden uitgesloten?



Denk na over de manier waarop je rekening houdt met **de doelgroepen voor je project**.

Schrijf hier je notities:

3.3

Ga direct naar de volgende pagina voor de quickscan



Verdieping

Bedenk wie gevoelsmatig de hoofddoelgroep voor je project is.

Denk nu aan de groepen waarvan je hebt vastgesteld dat ze het risico lopen te worden uitgesloten in je project.

Denk je dat je deze twee doelgroepen op dezelfde manier hebt behandeld?

Beantwoord de volgende vragen voor de twee soorten publiek:

Wat verwacht je dat het publiek wel en niet weet?

Hoe verwacht je dat het publiek zich gedraagt?

Waarom zou het publiek geïnteresseerd zijn?

Hoofddoelgroep	Groepen die risico lopen op uitsluiting

Zie je verschil tussen deze twee omschrijvingen?

Zou je zeggen dat er een hiaat zit in de manier waarop je over mensen die het risico lopen uitgesloten te worden denkt?

Goed om te weten...



Pas op voor het deficitmodel

Nadat je hebt vastgesteld wie risico loopt op uitsluiting in je project, is het tijd voor de volgende stap.

Maar al te vaak hebben we de gewoonte om niet-traditioneel publiek als 'beperkt' te zien: beperkte interesse in de inhoud, beperkte academische kennis, beperkt vermogen om deel te nemen, beperkt inzicht, beperkte economische toegang, beperkte kennis of gebruik van gedragscodes... **Deze manier van interpreteren wordt het 'deficitmodel' genoemd.** Dit model legt de volledige verantwoordelijkheid voor het niet deelnemen van bepaalde doelgroepen bij vermeende beperkingen, tekortkomingen of ingebeelde, vrijwillige beslissingen («als ze niet meedoen, is dat hun keuze!»). Het impliceert dat als mensen eenmaal deelnemen, ze (uiteindelijk) op een «positieve» manier zullen veranderen, in overeenstemming met de verwachtingen van de culturele instelling en haar personeel.

Als we een project echt inclusief willen maken, en welzijn voor iedereen willen creëren, is dit een belangrijke factor om rekening mee te houden.

Socioloog Emily Dawson beschrijft in haar boek *Equity and Inclusion in everyday science learning* hoe de inclusiebeweging deze manier van denken probeert **om te keren, door na te denken over publiek in termen van capaciteit, bekwaamheid en autonomie in plaats van gebrek, tekort en beperking**, zoals we doorgaans doen.

Het nadenken in gebrek, tekort en beperking helpt professionals in de culturele sector niet om het echte probleem onder ogen te komen. Namelijk dat **wij, diezelfde professionals in de culturele sector, verantwoordelijk zijn voor de**



Actiepunten

uitsluiting van bepaalde doelgroepen, omdat wij (meestal onbedoeld) de ongelijkwaardige structuren en vooroordelen die aanwezig zijn in de maatschappij, versterken.

Het goede nieuws is dat **als wij verantwoordelijk zijn, we ook in de positie zijn om een oplossing te bieden.** Dat doe je door je niet langer te verschuilen achter de «keuzes» of het «gebrek» van het publiek. Wees je bewust van de vooroordelen die je in stand houdt. Niet zij moeten veranderen, wij moeten veranderen!

Enkele tips om mee aan de slag te gaan:

- **Stop met het bedenken** van behoeften en wensen van mensen en neem de tijd om met hen te praten. Laat ze hun gevoelens, ervaringen en behoeften zelf uiten..

- **Focus op de kwaliteiten en mogelijkheden** van mensen die risico lopen op uitsluiting, in plaats van op hun vermeende beperkingen. Denk bijvoorbeeld aan de opgebouwde kennis en levenservaring van oudere mensen. Aan de rol die ze hebben in de kennisoverdracht van de ene generatie op de andere, in plaats van aan hun potentiële kwetsbaarheid, gebrek aan onafhankelijkheid of vermoeidheid.

- **Homogeniteit binnen een groep bestaat niet:** elk individu is anders en, zoals je bij de intersectionele analyse zag, iedereen is het resultaat van verschillende kenmerken die elkaar kruisen en samen je identiteit vormen.

Hoewel het belangrijk is om rekening te houden met groepen als je nadenkt over een nieuw project (en je bewust bent van de stereotypen die ermee geassocieerd kunnen worden), is het minstens zo belangrijk om rekening te houden met de uiteenlopende situaties binnen deze groepen.



Misschien

Gedeeltelijk

Ja

Schrijf hier je notities:



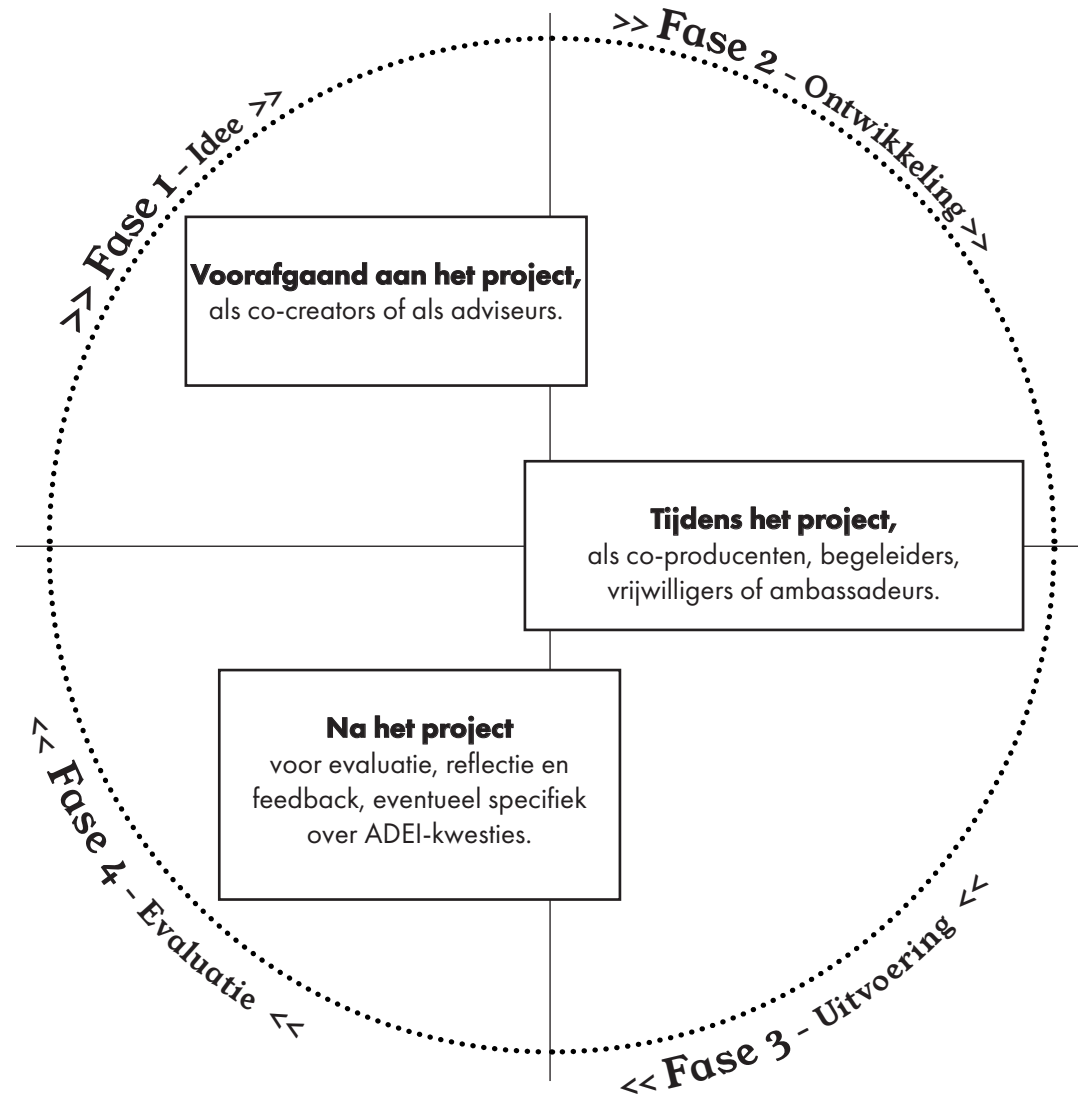
3.4

**Ga direct naar de volgende
pagina voor de quickscan**



Verdieping

Overweeg je publiek te betrekken bij:



Goed om te weten...



« Nooit OVER jou, ZONDER jou »

Zoals je hebt gezien, kan het publiek echt een meerwaarde hebben voor het behalen van je ADEI-doelstellingen. Er bestaat geen beter advies, geen betere feedback dan dat van de gebruikers zelf!

Je kunt je publiek niet alleen aan het einde van een project betrekken voor feedback, maar in elke fase en voor zeer uiteenlopende doeleinden. Lees bijvoorbeeld hoofdstuk 5 van Nina Simons boek *The Participatory Museum - Defining Participation at Your Institution* (gratis online beschikbaar). Hierin vind je inspirerende manieren om publiek te betrekken.

<https://participatorymuseum.org/chapter5/>



Nina Simon is museumadviseur, tentoonstellingsontwerper en voormalig museumdirecteur. In dit hoofdstuk presenteert ze vier categorieën van publieksparticipatie:

- **Bijdrageprojecten**, waarbij bezoekers wordt gevraagd om objecten, acties of ideeën aan te leveren.
- **Samenwerkingsprojecten**, waarbij bezoekers worden uitgenodigd om mee te werken aan projecten die door de instelling worden ontworpen en beheerd.
- **Co-creatieprojecten**, waarbij het publiek vanaf het begin met het personeel van de instelling samenwerkt om de doelstellingen van het project te definiëren en de inhoud te bepalen op basis van de interesses van het publiek.
- **Gastprojecten**, waarbij de instelling de presentatie mogelijk maakt van programma's of activiteiten die ontwikkeld zijn door het publiek.



Actiepunten

Zonder duidelijke, meetbare doelstellingen heeft publieksparticipatie geen zin. Die zijn afhankelijk van je organisatie, je context, team en natuurlijk van je project.

Samenwerken heeft waarde: leerwaarde, sociale waarde en werkwaarde. De 'echte waarde' van een participatieproject wordt niet alleen bepaald door de hoeveelheid tijd en geld die het personeel nodig heeft om het werk te doen dat aan deelnemers aangeboden wordt. Het omvat ook de sociale waarde van het opbouwen van relaties met gemeenschappen en de educatieve waarde van het bieden van vaardigheden aan deelnemers.

Naast het werk van Nina Simon is ook het **People's History Museum in Manchester** inspirerend. Daar wordt **het publiek, tegen een vergoeding, consequent betrokken** bij de besluitvorming over het programma, de evenementen en het ontwikkelen van tentoonstellingen. De effecten hiervan zijn zichtbaar in bijvoorbeeld de tentoonstelling *Nothing About Us Without Us*.

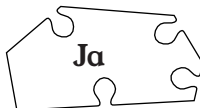
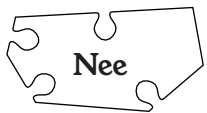
<https://phm.org.uk/exhibitions/nothing-about-us-withoutus/>



Quickscan



Denk na over je houding ten opzichte van het publiek uit niet-dominante sociale groepen in je project. Zorg je echt voor een verrijkende ervaring voor iedereen?



Bedenk hoe je project zich verhoudt tot doelgroepen uit niet-dominante sociale groepen.

Schrijf hier je notities:

3.5

Ga direct naar de volgende pagina voor de quickscan



Verdieping

Denk na over de gemeenschappen of groepen die deel uitmaken van één of meer niet-dominante groepen en die je zou willen betrekken/bereiken.

Hoe werk je samen met niet-dominante sociale groepen en nieuwe gemeenschappen?
Welke van de volgende uitspraken is het meest van toepassing op de huidige situatie?

Is het project gemaakt:



Zou je dit in de toekomst willen veranderen, of niet? Waarom niet?

Ben je in staat om dingen te veranderen en te maken op basis van de voorwaarden van de niet-dominante groep?

Wil je meer of nieuwe deuren openen?

Goed om te weten...



Pas op voor 'wij' en 'zij' in je taal en acties

Taal is een krachtig instrument. Het beschrijft onze samenleving niet alleen, maar vormt deze ook. Bij het werken met niet-dominante sociale groepen is het belangrijk om goed na te denken over de woorden die je gebruikt. **Sinéad Burke**, schrijver, podcastmaker en voorvechter van design voor/met/door mensen met een beperking, vroeg tijdens een van haar conferenties: «Wat is **het tegenovergestelde van gehandicapt?**» [...] **“Normaal!”** riep iemand vanuit de zaal. Burke: “[...] Dat is de realiteit, toch? We denken in termen van ‘wij en zij’. Maar in plaats van ‘normaal’ als tegenhanger van ‘gehandicapt’ praat ik liever over **‘niet-gehandicapt’**, want met taal benoemen we zaken niet alleen, we stellen ook grenzen aan wie er mag bestaan.»

In de praktijk vervallen we heel snel in **de gewoonte om het publiek als ‘zij’ te zien en de organisatie als ‘wij/ons’**. Dit is een sterke vooringenomenheid die regelmatig terugkeert in het denken over publiek. **Als je jezelf of iemand in je team “zij” hoort zeggen** (en dit komt heel vaak voor, zelfs bij mensen die zich er van bewust zijn), **neem dan even pauze, doe een stapje terug en vraag jezelf af hoe je rekening houdt met alle doelgroepen in je project.** Neem om je te helpen even 15 minuten de tijd om de TedX-video over «The Art of Relevance» van Nina Simon te bekijken. Daarin stelt ze de vraag: wat is belangrijker in cultuur, de visie van professionals? Of de ervaringen en voorkeuren van het publiek?

<https://www.youtube.com/watch?v=NTih-l739w4>



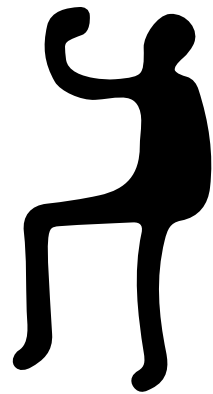
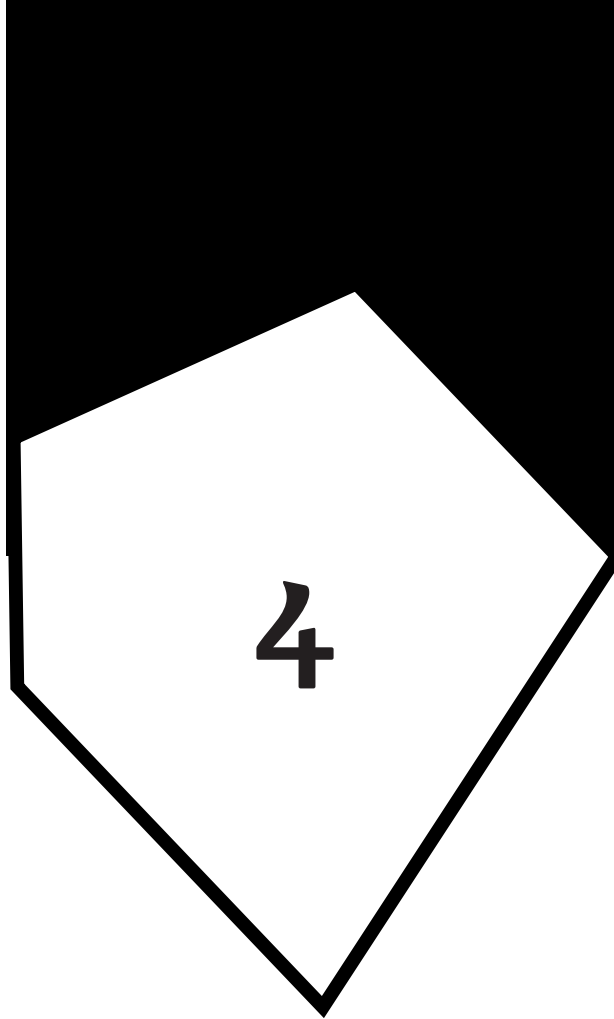
In Nina Simons visie, die ze beschrijft in haar boek en in de TedX-video, is het onmogelijk relevant te zijn voor nieuwe gemeenschappen zonder die gemeenschappen erbij te betrekken. **Je moet op zoek naar mensen uit gemeenschappen om mee samen te werken. Je moet samen optrekken en ze respecteren.** Of, zoals dit citaat uit The Art of Relevance zo krachtig samenvat: «Als je nieuw publiek uitnodigt, moet je dat op hun voorwaarden doen. Niet op de jouwe. **Wie het ook zijn, zij bepalen.** Zie hun participatie als een geschenk. Ze verdienen je interesse en respect. Zelfs als dat vereist dat je nieuwe manieren van werken, communiceren of verbinden moet leren. Je probeert samen met hen een nieuwe realiteit te creëren en daarom moet je het werk doen dat dit mogelijk maakt. Het gaat niet om aanpassing. Het gaat erom iedereen te behandelen als volledige mensen, met de waardigheid die we allemaal verdienen.»

<https://artofrelevance.org/>



Actiepunten





Inhoud

→ Inventariseer de boodschappen die je project uitdragen. ←

→ Onderzoek de representatie van onderdrukte groepen in de inhoud. ←

Een hoofdstuk om stil te staan bij wat je project overbrengt op het gebied van inclusie.

4.1 Bevat de inhoud van je project verschillende relevante stemmen of perspectieven (en niet alleen de dominante norm)?

4.2 Worden mensen en gemeenschappen, inclusief benadeelde groepen, op een eerlijke manier gepresenteerd?

4.3 Houd je rekening met inclusief taalgebruik in je project?

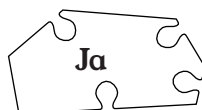
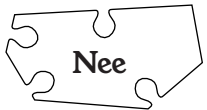


NEMO Science Museum - Foto DigiDaan

Quicksan



**Bevat de inhoud van je project
verschillende relevante stemmen
of perspectieven (en niet alleen
de dominante norm)?**



Onderzoek de inhoud die je creëert of samenstelt.

Je programma, je collectie, de materialen, de kunstenaars of experts die het maken.

Schrijf hier je notities:



4.1

**Ga direct naar de volgende
pagina voor de quickscan**



Verdieping

Probeer de dominante normen te achterhalen en wat en wie er mogelijk ontbreekt in:



Zijn er stemmen die niet worden vertegenwoordigd? Leg uit waarom je deze keuze hebt gemaakt.

Heb je zorgvuldig gecontroleerd of je inhoud niet de cultuur van de dominante groep overbrengt (codes, metaforen)?

Zitten er machtsverhoudingen in de inhoud van je project?

Goed om te weten...



Onzichtbaarheid

Als je de inhoud van een activiteit ontwerpt en nadenkt over hoe je deze inhoud aan het publiek gaat presenteren, moet je rekening houden met het fenomeen 'onzichtbaarheid': het (soms zelfs onbewust) onzichtbaar maken van sommige mensen binnen het verhaal dat je vertelt.

Onzichtbaarheid hangt samen met het construeren en verspreiden van een verhaal. Het is een fenomeen dat voortkomt uit het vertegenwoordigen van dominante groepen ten koste van minderheden, die daardoor tot een minimum worden beperkt of zelfs volledig verdwijnen uit het verhaal dat aan het publiek wordt verteld. Een voorbeeld: in de wetenschaps- en kunstgeschiedenis werden (en worden nog steeds) vrouwen onzichtbaar gemaakt. Vrouwelijke onderzoekers, wiskundigen, natuurkundigen, kunstenaars, hebben forse bijdragen geleverd aan ontwikkelingen en hebben belangrijke ontdekkingen gedaan. Toch zie je dit niet terug in de geschiedenis. Dit geldt ook voor mensen van kleur, lagere sociale klasse of gender. Onzichtbaarheid is een duidelijke vorm van uitsluiting en symbolisch geweld.

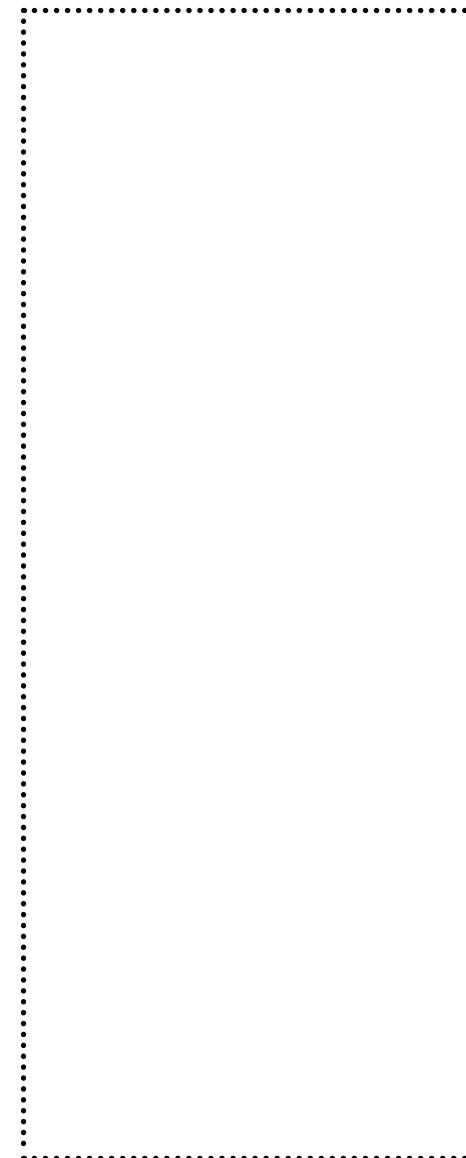
Om de inhoud van je activiteit te ontwikkelen, ontwerp je een discours: je cureert objecten, informatie, beroemde mensen, gezelschappen of muziekgroepen, enz. Deze keuzes kunnen bepaalde verhalen, bepaalde minderheden onzichtbaar maken als je niet oppast.

Onzichtbaarheid binnen de inhoud van een activiteit kan er bijvoorbeeld zo uitzien: het ontbreken van citaten, het minimaliseren van de invloed van bepaalde groepen of individuen, ontkennen dat iemand iets heeft gemaakt, het ontkennen van originaliteit en soms zelfs het opzettelijk uitwissen. Onzichtbaarheid is niet zo simpel: hoe kun je je bewust zijn van onzichtbaarheid als je niet weet wie of wat er onzichtbaar wordt gemaakt?

Daarom is het van groot belang om **je partners, referentiekaders, bronnen, sprekers (enz.) te verbreden. Zo ben je er zeker van dat je alle stemmen meeweegt en blijf je je bewust van het risico op onzichtbaarheid in je project.**



Actiepunten





Misschien

Gedeeltelijk

Ja

Schrijf hier je notities:



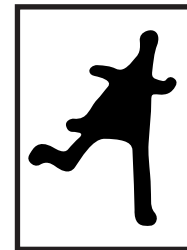
4.2

**Ga direct naar de volgende
pagina voor de quickscan**

Verdieping

Wie is aanwezig in de inhoud en wie is er aanwezig voor je publiek?

In persoon



In afbeeldingen

In geluiden



In tekst

Is er sprake van stereotypen of clichés?

Wie wordt gerepresenteerd als object, als een anonieme groep, of alleen op de achtergrond?

Wie heeft een passieve positie in je inhoud, wie is machteloos?

Wie wordt gerepresenteerd als maker, denker of leider?

Wie heeft een actieve positie, is sterk in jouw inhoud?

Goed om te weten...



Actiepunten



Rechtmatige aanwezigheid en sociale rechtvaardigheid

Zorgen dat diverse doelgroepen toegang hebben tot cultuur is niet voldoende. Sterker nog, het is een gebrekkige benadering om te impliceren dat het publiek zelf iets mist (kunst, wetenschap, cultuur...) dat instellingen wel aanbieden (zie «Goed om te weten» bij punt 3.3).

Om dit te doorbreken, hebben Amerikaanse onderzoekers Angela Calabrese Barton en Edna Tan het concept 'rechtmatige aanwezigheid' (rightful presence) ontwikkeld.

Deze benadering ziet nieuwkomers (in een land, een plaats, een school, een instelling...) als mensen die waardevolle informatie en culturele verrijking meebrengen, en verwachten niet dat zij zich bekeren tot de dominante cultuur. **Rechtmatige aanwezigheid is gericht op de behoeften van mensen en gemeenschappen die historisch zijn uitgesloten, om zo een gevoel van verbondenheid te bevorderen.** De beweging probeert nieuwe vormen van macht te ondersteunen door alle belanghebbenden erbij te betrekken, tot aan de strategische besluitvorming van een organisatie toe.

De deur openen is niet genoeg: het gaat om het bijstellen van je verwachtingen. Verwacht niet dat degenen die door de deur komen bereid zijn om jouw codes, waarden en cultuur over te nemen. Bedenk in plaats daarvan hoe je hen kunt erkennen en waarderen. **Dit betekent dat culturele instellingen bereid moeten zijn om hun eigen werkwijzen en normen ter discussie te stellen.**

De manier waarop je de inhoud van je project representeert, bepaalt in welke mate je project in lijn is met rechtmatige aanwezigheid en daarmee de mate waarin mensen zich gewaardeerd en betrokken voelen. Zien dat mensen uit jouw gemeenschap op een volwaardige en respectvolle manier gerepresenteerd worden, kan ervoor zorgen dat jij je ook bij het project thuis voelt.

Een paar tips:

- **als je denkt dat belangrijke personen uit verschillende gemeenschappen zijn vergeten, of als je ziet dat mensen niet op een eerlijke manier worden gerepresenteerd** (als stereotype of op een machteloze manier), bedenk dan hoe je dit kunt veranderen en corrigeren.
- **nodig een aantal partners uit om te horen hoe zij over je inhoud en representatie denken.** Dit kan fouten of verkeerde representatie voorkomen.

Quickscan



Houd je rekening met inclusief taalgebruik in jouw project?



Denk na over de taal die je gaat gebruiken en de potentiële discriminerende factoren hierbinnen. Schrijf hier je notities:

Schrijf hier je notities:

4.3

Ga direct naar de volgende pagina voor de quickscan



Verdieping

Denk na over deze vragen:

Is je team zich bewust van of getraind in inclusief taalgebruik?

Heb je alle verschillende materialen, zoals bewegwijzering en educatief materiaal, nauwkeurig gecontroleerd om te zien of ze niet-discriminerend, inclusief en gedekoloniseerd zijn?

Heb je overwogen om verschillende communicatiemiddelen in te zetten voor informatieoverdracht in je project?

Denk aan:

- Grote borden
- Taalniveau B1 (makkelijk te lezen en te begrijpen)
- Audiotours
- Gebruik van gebarentaal of braille
- Vertaling in verschillende talen
- Wegwijzers

Goed om te weten...



Inclusief taalgebruik

Het is belangrijk om in je communicatie rekening te houden met je publiek en hun behoeften en kenmerken, zoals het hebben van een cognitieve of fysieke beperking, het spreken van andere talen en het hebben van verschillende sociale en culturele achtergronden. Het gebruik van inclusieve taal is essentieel als je een veilige omgeving wil creëren waarin iedereen zich welkom en gehoord voelt.

Bij taal is zowel de vorm als de inhoud belangrijk.

Voor wat betreft inhoud

Onbewuste vooroordelen en stereotypen beïnvloeden communicatie. Door genderneutrale termen te gebruiken, termen te vermijden die aannames doen of terugvallen op standaarden en rekening te houden met historische context, is de kans groot dat je inclusief communiceert.

Voor wat betreft de vorm

Hieronder vind je specifieke alternatieve communicatiemethoden, die de bezoekerservaring (van alle bezoekers!) verbetert:

- **Taalniveau B1:** een eenvoudig taalniveau maakt je teksten toegankelijker. De aanduiding B1 komt uit het Europees Referentiekader voor de Talen (ERK), een indeling van taalniveaus voor het vreemdetalenonderwijs. In B1-teksten gebruik je gangbare woorden en korte, makkelijk te begrijpen zinnen. Er zijn online veel tools te vinden die je kunnen helpen bij het schrijven op B1-niveau.

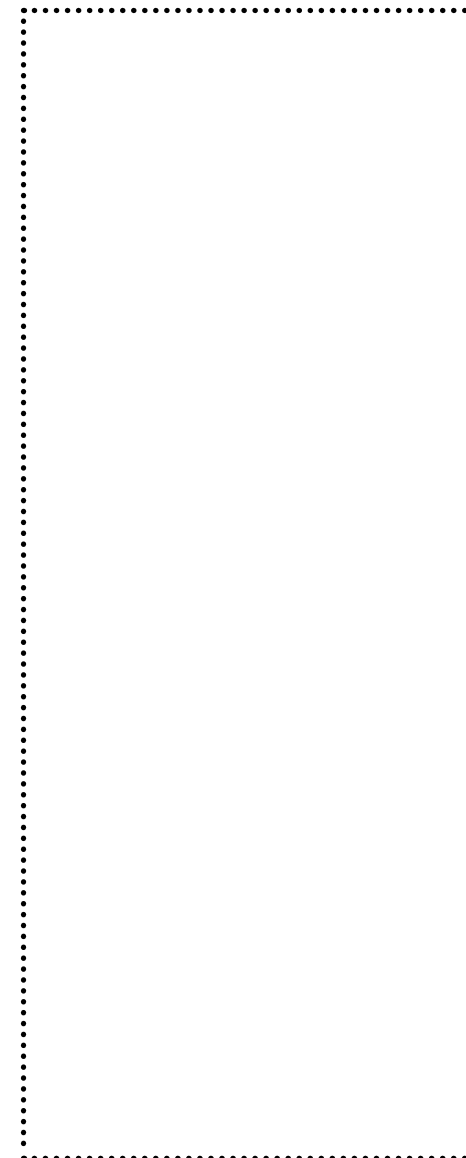
- **Augmentative and Alternative Communication (AAC):** staat voor alle communicatiemethoden naast praten en schrijven. AAC wordt vaak gebruikt door mensen die te maken hebben met complexe stoornissen op het gebied van het verwerken van gesproken of geschreven taal. Met behulp van symbolen, afbeeldingen of gebaren worden zowel high-tech- als low-tech-oplossingen geboden.

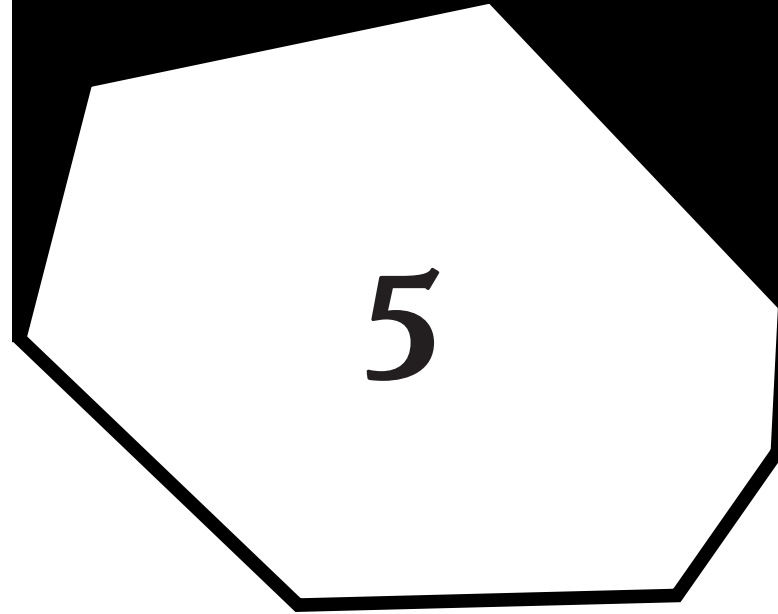
Een aantal tips:

- Het is vaak moeilijk om beledigende elementen, of elementen die sommige mensen ongemakkelijk maken, in een tekst te herkennen. We hebben nu eenmaal niet ieders perspectief voor ogen. Betrek daarom altijd mensen met verschillende achtergronden en perspectieven bij het ontwikkelen van de taal van je activiteit (geschreven teksten, geluiden en stemmen, enz.) Sta open voor hun feedback en leer van je fouten. Zo worden je teksten steeds beter.

- Werk samen met organisaties in je omgeving die gespecialiseerd zijn in schrijven op B1-niveau en het toepassen van AAC. Wellicht kun je samen met hen, of met een publiek dat zij kennen, B1- of AAC-ondersteuning ontwerpen voor je project. Zo waarborg je niet alleen de betrouwbaarheid van je voorstel, maar betrek je ook nieuwe partners en doelgroepen bij je project.

- Een laatste tip, ter herinnering aan 2.4: vergeet de vergoeding en waardering voor de bijdragen van je publiek en partners niet!





Toegankelijkheid en ontwerp

→ Denk na over ontwerpmogelijkheden die een groot bereik verzekeren. ←

→ Check de toegankelijkheid ←

Een hoofdstuk om stil te staan bij de toegankelijkheid en het ontwerp van je project

5.1 Zijn de tijd en ruimte van je project gunstig voor ADEI?

5.2 Heb je overwogen de drempels van je project te minimaliseren?

5.3 Houdt je project rekening met specifieke behoeften van doelgroepen?

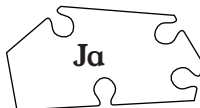
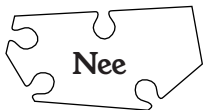
5.4 Als je digitale middelen inzet: verbeteren ze inclusie voor iedereen?



Quicksan



Zijn de tijd en ruimte van je project gunstig voor ADEI?



Denk na over het waar en wanneer van je project in relatie tot toegankelijkheid, diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusie.

Schrijf hier je notities:

5.1

**Ga direct naar de volgende
pagina voor de quickscan**



Verdieping

Wanneer vindt het plaats?

Zijn de openingstijden handig voor iedereen? Houd je rekening met werktijden en vakanties?

Houd je rekening met gelijktijdige religieuze vieringen of andere evenementen van verschillende culturen, die ervoor zouden kunnen zorgen dat sommige bezoekers niet kunnen komen?

Zijn er prikkelarme uren binnen je openingstijden?

Waar vindt het plaats?

Is de locatie makkelijk of moeilijk te bereiken (afstand, openbaar vervoer, routebeschrijving)?

Is de locatie fysiek toegankelijk voor iedereen?

Is de locatie een uitzonderlijke plek, die specifieke informatie/
voorbereiding/kennis/aandacht voor toegankelijkheid nodig
heeft?

Heeft de locatie symbolische elementen die sommige mensen als drempel kunnen ervaren?

Goed om te weten...



“Stiltezones / prikkelarme uren”

Wanneer tijd en ruimte de bezoekers-ervaring kunnen verbeteren

Het is belangrijk om het ‘waar’ en ‘wanneer’ mee te nemen om de ervaring van bezoekers te verbeteren. Voor iemand die bijvoorbeeld snel overprikkeld is, kunnen prikkelarme en stille zones hun bezoek positief beïnvloeden.

Prikkelarme uren zijn specifieke momenten waarop de omgeving wordt aangepast aan de specifieke behoeften van sommige bezoekers, zoals bijvoorbeeld neurodivergente bezoekers. Gedurende deze tijden wordt licht en geluid aangepast om te zorgen voor een minder overweldigende beleving. Ook zorgen deze momenten voor een oordeelvrije omgeving: ieders behoeftes worden serieus genomen. Het personeel is vaak opgeleid om een zorgzame en gastvrije ervaring te faciliteren. Sommige culturele instellingen hebben bijvoorbeeld prikkelarme zondagen ontwikkeld of prikkelarme concerten georganiseerd die speciaal bedoeld zijn voor een neurodivers publiek, waar iedereen welkom is.

Stiltezones zijn specifieke gebieden waar bezoekers naartoe kunnen gaan als ze in een rustige omgeving tot rust willen komen. Deze stiltezones moeten voldoen aan specifieke randvoorwaarden en vergen daardoor tijd en aandacht om op te zetten.

Voeltassen zijn een laagdrempeligere manier om activiteiten aan te passen. In zo’n tas zitten bijvoorbeeld oorbeschermers, voelmateriaal, spinners en whiteboards of andere voorwerpen

kunnen helpen bij non-verbale communicatie. Deze tassen kunnen een groot verschil maken voor kinderen, volwassenen en gezinnen die aan een evenement deelnemen en passen binnen een klein budget. Voorbeelden van voeltassen in musea vind je online.

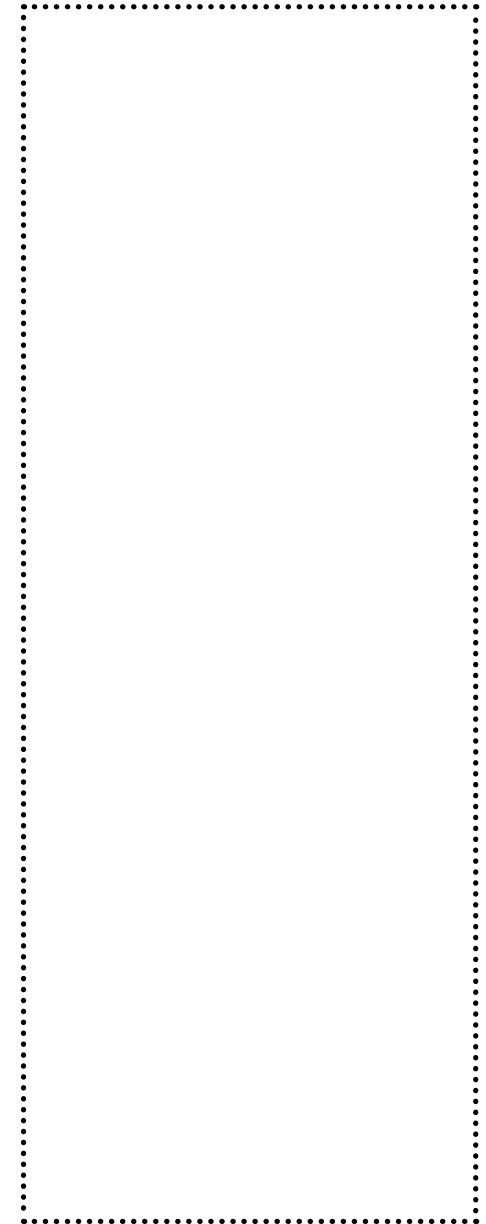
Bedenk dat er ondanks inspanningen altijd momenten blijven bestaan die kunnen zorgen voor uitsluiting. Bijvoorbeeld tijdens **piekmomenten**, waarop een plek vol is met bezoekers en lawaai of een rij om naar binnen te kunnen waarin mensen lang moeten wachten.

Een paar tips:

- Probeer **de knelpunten in tijd en ruimte** boven water te krijgen en kijk of je ze kunt verbeteren.
- Een voeltas is een goed middel om de ervaring van neurodivergente bezoekers aangenamer te maken. Promoot de tas op je website en bij de ingang van je activiteit.
- **Werk samen met partners en/of ervaringsdeskundigen als je tijden en locaties wilt aanpassen.**



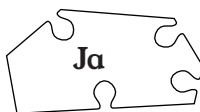
Actiepunten



Quicksan



Heb je overwogen de drempels van je project te minimaliseren?



Denk na over de (soms onzichtbare) drempels van je project, die mogelijk sommige **mensen kunnen uitsluiten**.

Schrijf hier je notities:



5.2

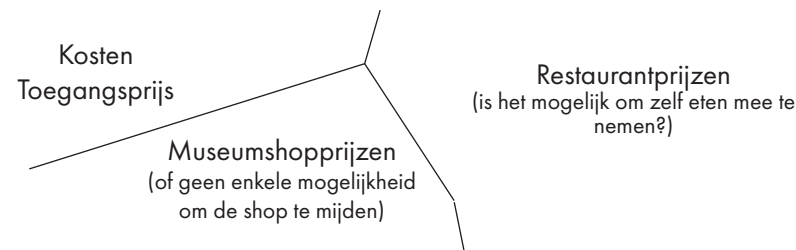
**Ga direct naar de volgende
pagina voor de quickscan**



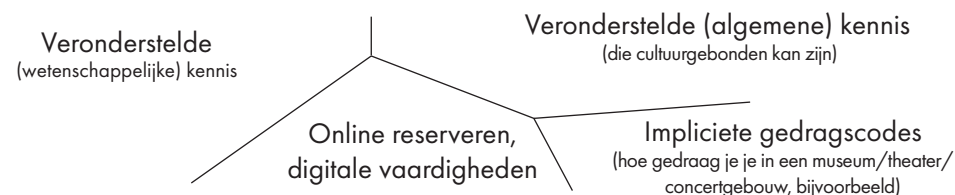
Verdieping

Probeer erachter te komen of onderdelen van je project voor bepaalde doelgroepen een drempel kunnen vormen. Kijk hoe je dit tot een minimum kunt beperken.

Economische factoren



Kennis- en vaardigheidsfactoren



Fysieke toegankelijkheid



Impliciete factoren



Goed om te weten...



Symbolische representatie

Vaak zie je bepaalde aspecten, die voor anderen heel betekenisvol kunnen zijn, over het hoofd. Om dit te voorkomen is het belangrijk altijd **rekening te houden met de symbolische waarde van locaties, objecten, tijden**, etc. Iets wordt als 'symbolisch' beschouwd **wanneer het betekenis heeft voor verschillende mensen**. Bekijk gebouwen, objecten en tijdstippen dus altijd vanuit verschillende perspectieven.

Programmeer je bijvoorbeeld een fototentoonstelling in een oude kerk, houdt er dan rekening mee dat het gebouw, vanwege zijn religieuze betekenis, ervoor kan zorgen dat sommige mensen je tentoonstelling niet zullen willen bezoeken. Zelfs als de kerk niet eens meer als kerk gebruikt wordt. Dat heeft dan dus niks met je tentoonstelling te maken, maar alles met de symbolische representatie van het gebouw.

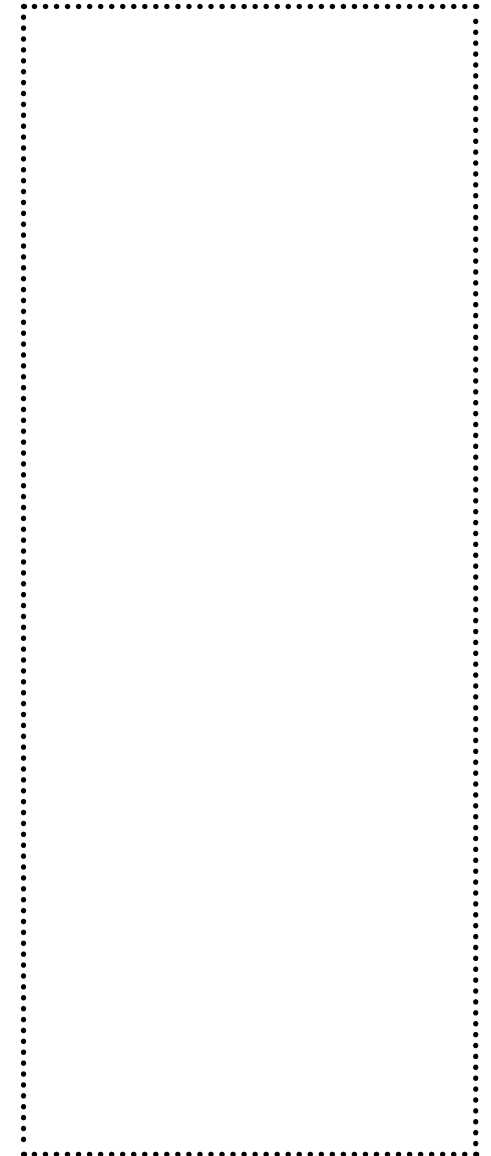
Tallose musea, theaters en opera's zijn gevestigd in historische gebouwen, met alle geschiedenis en verwijzingen naar een dominante cultuur van dien. Dat werkt door in hoe verschillende doelgroepen deze gebouwen beleven. Aan de andere kant kunnen sommige hedendaagse, sobere gebouwen een vertekend beeld geven van hun inhoud. Als een plek waar kennis je van bovenaf opgelegd wordt, waar je stil moet zijn, kortom: als onaantrekkelijk.

Het is best moeilijk je een voorstelling te maken van de drempels die bepaalde symboliek bij mensen kan oproepen. Zoals gezegd, **ben je je misschien niet bewust van dit soort drempels**.

Enkele tips om je te helpen:

- Zoals al eerder aangeraden; **betrek partners** bij je project en overleg met hen. **Zij kunnen kennis hebben die jij wellicht mist.**
- Probeer bij de start van je project in te schatten **of je locatie of tijdstip** mensen ervan zou kunnen weerhouden om deel te nemen. Dit kun je moeilijk aanpassen als de activiteit eenmaal is geprogrammeerd.

Actiepunten





Verdieping

De behoefte om te gaan zitten, naar een rustige ruimte te gaan

Mensen die moeite hebben met lezen (mensen met een andere moedertaal, visuele beperking of een lage geletterdheid) en mensen met een taalachterstand

Lage prikkelbehoefte

Specifieke behoeften, zoals zintuigelijke beperkingen (visuele- of auditieve beperkingen, ouderen, speciaal onderwijs)

Zijn er nog andere gevallen waar je rekening mee kan houden?

Schrijf hier je notities:

5.3

**Ga direct naar de volgende
pagina voor de quickscan**

Goed om te weten...



Ontwerp voor iedereen, universeel design, inclusief concept: waar gaat het om?

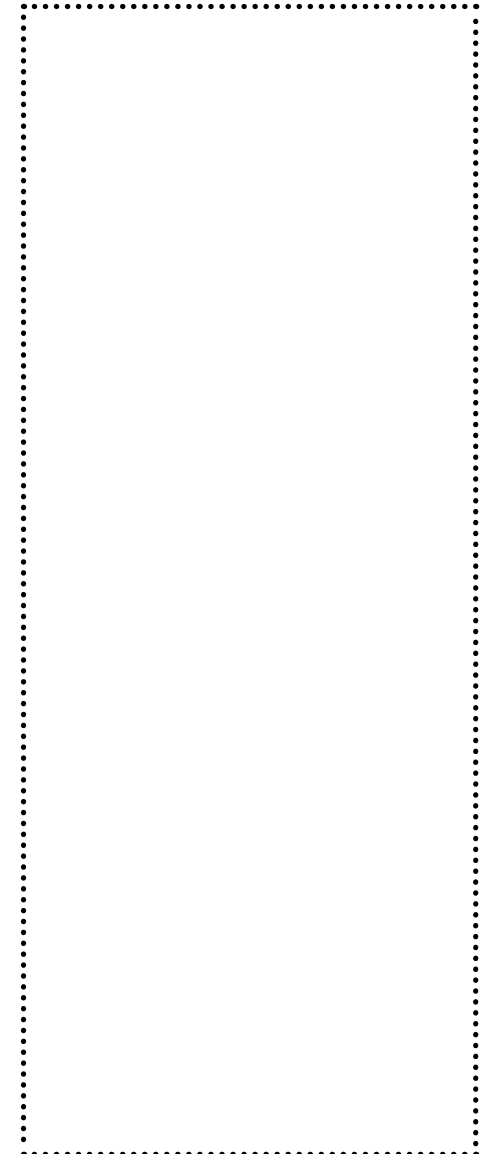
Een project bedenken en ontwikkelen waarbij rekening wordt gehouden met ieders behoeften is verre van eenvoudig. **Inclusief ontwerp** gaat deze uitdaging aan. Door te **ontwerpen met alle vormen van diversiteit in het achterhoofd: van vaardigheden, taal en cultuur tot gender, leeftijd en andere verschillen**. Universeel ontwerp richt zich niet alleen op gebouwen, openbare ruimtes, producten en apparaten, maar ook op technologie en communicatie- en informatievoorziening (inclusief digitale middelen). Het heeft tot doel deze **voor iedereen beschikbaar en bruikbaar te maken**, zonder dat hiervoor aanpassingen moeten worden gedaan.

Als je voor iedereen ontwerpt, krijgt iedereen op dezelfde manier toegang tot het economische, culturele en sociale leven. Iedereen kan er, op een zo onafhankelijk mogelijke manier, volledig aan deelnemen. **Inclusief ontwerp maakt mensen niet alleen mondiger, het zorgt ook voor betere ervaringen**. Dat geldt voor iedereen, ook voor mensen zonder specifieke behoeften.

Deze **7 principes van inclusief ontwerp** kunnen je helpen bij dit onderwerp in je project:

- **Eerlijk gebruik:** het ontwerp is nuttig en geschikt voor mensen met verschillende behoeften.
- **Flexibel in gebruik:** het ontwerp komt tegemoet aan een breed scala aan voorkeuren en behoeften.
- **Eenvoudig en intuïtief gebruik:** het gebruik van het ontwerp is gemakkelijk te begrijpen, ongeacht ervaring, kennis, taalvaardigheid of concentratieniveau van de gebruiker.
- **Waarneembare informatie:** het ontwerp communiceert benodigde informatie effectief, ongeacht de omgevingsomstandigheden of zintuiglijke vermogens van de gebruiker (bijvoorbeeld door het gebruik van verschillende modi).
- **Hufterproof:** het ontwerp beperkt de gevaren en nadelige gevolgen van toevallige of onopzettelijke handelingen.
- **Geringe fysieke inspanning:** het ontwerp kan efficiënt, comfortabel en met een minimum aan inspanning worden gebruikt.
- **Afmeting in overeenstemming met gebruik:** het ontwerp heeft de juiste afmetingen en reikwijdte voor gebruik, ongeacht de lengte, het postuur of de mobiliteit van de gebruiker, of kan daarop aangepast worden.

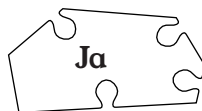
Actiepunten



Quickscan



Denk na over de digitale middelen in je project: verbeteren ze inclusie voor iedereen?



Denk na over de **digitale middelen en de digitale toegankelijkheid** van je project.

Schrijf hier je notities:

5.4

Ga direct naar de volgende pagina voor de quickscan



Verdieping

Neem de tijd om na te denken over het digitale karakter van je activiteit.

Gebruik je digitale middelen in je project?

Zo ja, welke?

Houden ze rekening met verschillende gebruikerservaringen?

Weet je in hoeverre ze doelgroepen kunnen uitsluiten of juist ondersteunen?

Zet je digitale middelen in om de activiteit toegankelijk te maken voor mensen die niet aanwezig zijn? Kun je gedeeltelijk of volledig online aan het programma deelnemen?

Goed om te weten...



DIGITAAL vs. INCLUSIE?

Digitale middelen zijn niet zaligmakend; ze kunnen zowel voor uitsluiting als inclusie zorgen. Houd hier rekening mee. Zo kunnen **digitale middelen in een tentoonstelling sommige bezoekers verleiden en anderen juist uitsluiten** doordat ze niet vertrouwd zijn met digitale cultuur, of zij niet over digitale vaardigheden beschikken.

Aan de andere kant kunnen **digitale middelen heel nuttig zijn bij het vergroten van de toegankelijkheid**. Zo kan het gebruik van **vertaalprogramma's** de ervaring van anderstaligen verbeteren. Andere programma's kunnen een tekst hardop voorlezen om mensen met een visuele beperking te helpen.

Een andere mogelijkheid voor inclusie is het inzetten van **digitale middelen om een geografische afstand te overbruggen**, zoals het live uitzenden van een opera of concert. Al kun je hier vraagtekens bij zetten; in hoeverre bied je online kijkers dezelfde ervaring?

Dus, al zullen digitale middelen menselijke relaties nooit kunnen vervangen, ze kunnen je publiek wel degelijk een autonome, culturele ervaring bieden.

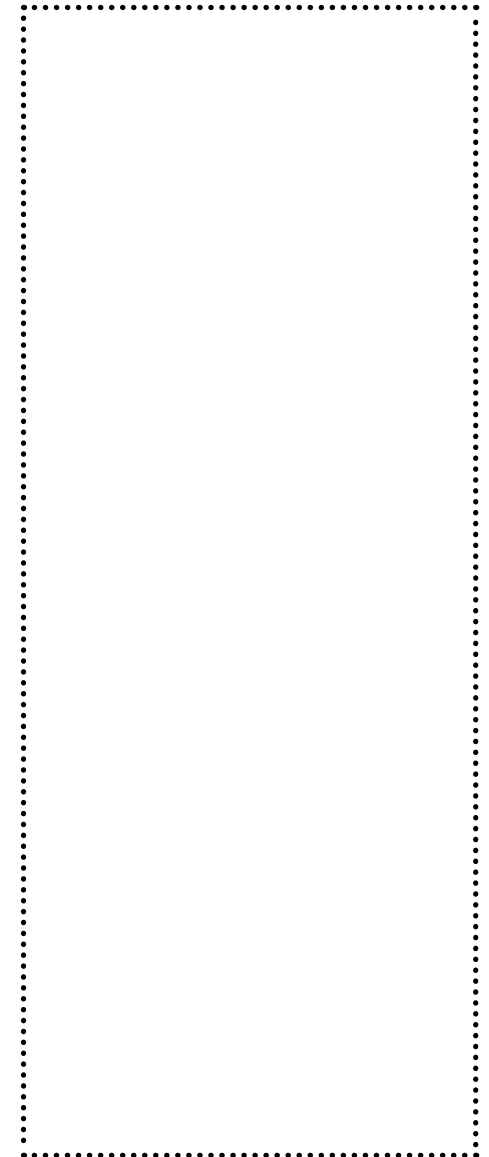
Kortom, het is erg belangrijk goed **na te denken over digitale toegankelijkheid en de inzet van digitale middelen in je activiteit**. Zo houd je rekening met de behoeften en vaardigheden van je publiek en zorg je dat deze middelen geen bron van uitsluiting, maar ondersteuning voor inclusie zijn.

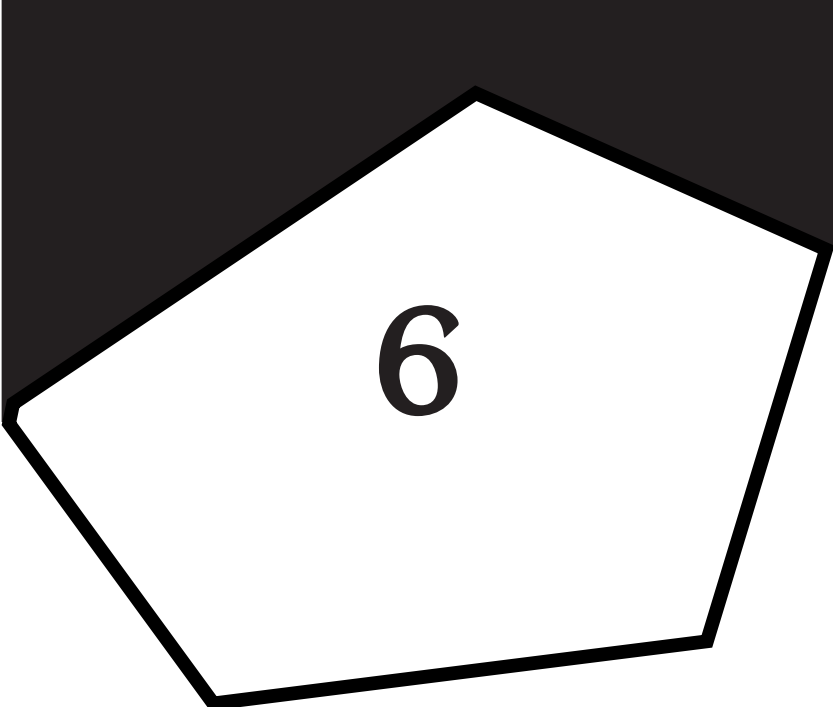
Wil je bijvoorbeeld Google Translate inzetten om bezoekers

de teksten van een tentoonstelling te laten vertalen, houd er dan rekening mee dat dit een groot probleem kan zijn voor mensen die niet over digitale vaardigheden beschikken en zelfstandig met een tablet om kunnen gaan. In het geval van analfabetisme is dit helemaal geen oplossing. Digitale ondersteuning moet daarom altijd gekoppeld worden aan inclusiedoelstellingen.

Nog een laatste opmerking over de digitale kloof en de culturele sector. **Anno 2023 heeft nog steeds 37% van de wereldbevolking geen toegang tot internet.**

Uiteraard verschilt deze situatie sterk in verschillende delen van de wereld. Dat heeft zowel technische als culturele oorzaken. Toch is digitale inclusie een belangrijk, wereldwijd probleem dat in alle landen op verschillende manieren speelt, afhankelijk van cultuur en leefomstandigheden. Culturele organisaties kunnen een rol spelen in het versterken van de positie van alle burgers op het gebied van digitale cultuur, door toegankelijke digitale activiteiten te ontwikkelen en digitale inclusie actief te ondersteunen.





6



Communicatie, voorbereiding en evaluatie

→ Check je communicatie. ←

→ Bedenk hoe je publiek zich voorbereid op hun deelname. ←

→ Denk na over de evaluatie van je project. ←

Een hoofdstuk om na te denken over de laatste stappen in je project.

6.1 Integreer je inclusieve communicatie en marketing in je project?

6.2 Geef je het publiek specifieke informatie ter voorbereiding op de activiteit?

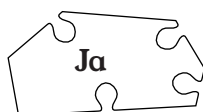
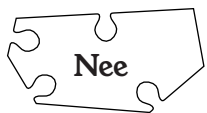
6.3 Ben je van plan de ADEI-effecten van je project te evalueren?



Quickscan



Integreer je inclusieve communicatie en marketing in je project?



Denk na over de **communicatie** van je project. Wat betekent dit voor de toegankelijkheid, diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusie?

Schrijf hier je notities:

Large dotted box for writing notes.

6.1

Ga direct naar de volgende pagina voor de quickscan



Verdieping

Denk na over deze vragen uit de **Ottawa Equity and Inclusion Lens Guide (blz. 24, Communicatie)**.

Wie loopt het risico uitgesloten te worden in de communicatie en promotie van je project?

(Gebruik hier vraag 3.2 bij).

Welke communicatiestrategieën heb je nodig om alle potentiële doelgroepen, en organisaties die met hen samenwerken, te bereiken

(samenwerken met prominenten uit de gemeenschap, prikborden, buurtkranten, sociale media)?

Op welke manier bevorderen je boodschappen inclusie, respect en gelijkwaardigheid?

Zijn de media die je inzet makkelijk toegankelijk en begrijpelijk voor alle doelgroepen

(gebruik je duidelijke taal, een toegankelijke opmaak, afbeeldingen, schema's, documenten in verschillende talen, papieren en digitale versies, spraakberichten)?

Zijn de beelden die je gebruikt representatief voor de diversiteit van het publiek? Illustreer ze diversiteit binnen bepaalde groepen? Kan je publiek zich hiermee identificeren?

Zijn er stereotipe figuren of clichés in het spel?

Let ook op de representatie van rollen en posities van mensen (zie vraag 4.2).

Is je website toegankelijk? Is alle belangrijke informatie gemakkelijk door iedereen te vinden (zowel praktische informatie als informatie over activiteiten)?

Goed om te weten...



Een paar geheugensteuntjes en belangrijke aandachtspunten voor inclusieve communicatie

Inclusieve communicatie omvat veel facetten: toegankelijkheid, interculturele benadering, duurzame relaties met gemeenschappen en partners aangaan...

In deze tool heb je kennisgemaakt met een aantal belangrijke concepten, die ook van toepassing zijn op de communicatie en marketing van je project. Zoals:

- De representatie van individuen en gemeenschappen in je documenten en media (zie vraag 4.2).
- Het gebruik van duidelijke, inclusieve taal (zie vraag 4.3).
- Je relaties met partners, gemeenschappen en belangrijke personen hierbinnen zijn een krachtige ondersteuning bij de communicatie van je project (zie vraag 2.4).

Een ander belangrijk aandachtspunt is de online promotie van activiteiten, via sociale media en sites. "Het is essentieel dat het internet voor iedereen toegankelijk is, zodat iedereen, over welke capaciteiten men ook beschikt, gelijke kansen heeft."

Toegang tot informatie- en communicatietechnologieën, waaronder internet, wordt gedefinieerd als **een fundamenteel mensenrecht** in het Verdrag van de Verenigde Naties inzake de rechten van personen met een beperking (UN CRPD)."

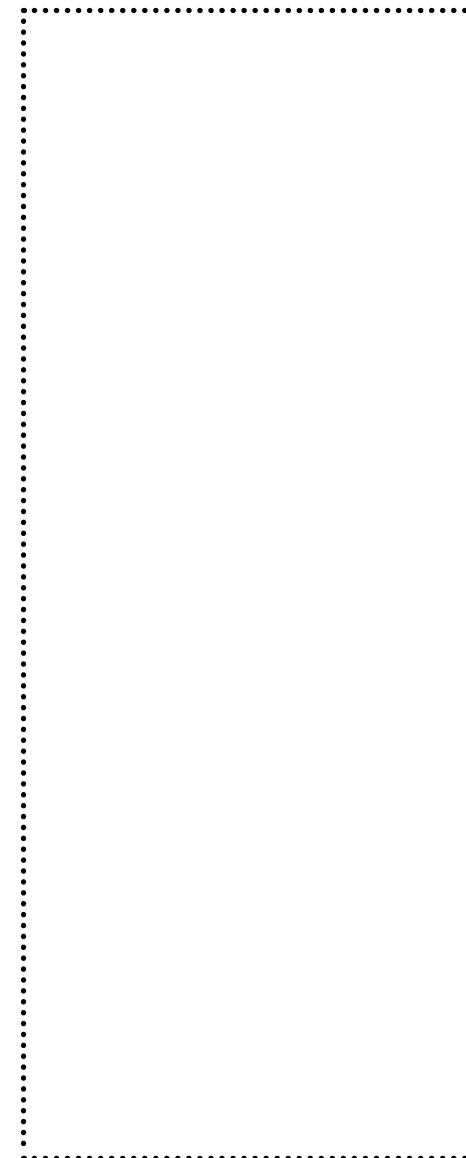
Het is raadzaam om tijdens het ontwikkelen van een website de toegankelijkheid ervan in alle fases van het ontwerp te evalueren en niet pas aan het eind. Zo kun je problemen vroegtijdig signaleren en aanpakken.

Er zijn tools waarmee je kunt bepalen of je website voldoet aan de toegankelijkheidsrichtlijnen, maar vakkundige menselijke evaluatie is vereist. Richtlijnen, maatstaven en een overzicht van de basisprincipes voor toegankelijkheid vind je op de site van The World Wide Web Consortium (W3C, een initiatief voor online toegankelijkheid):

<https://w3.org/translations/WCAG21-nl>.



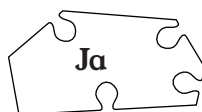
Actiepunten



Quickscan



Geef je het publiek specifieke informatie ter voorbereiding op de activiteit?



Denk na over **de voorbereidende informatie** van je project.

Schrijf hier je notities:

Large dotted rectangular box for writing notes.

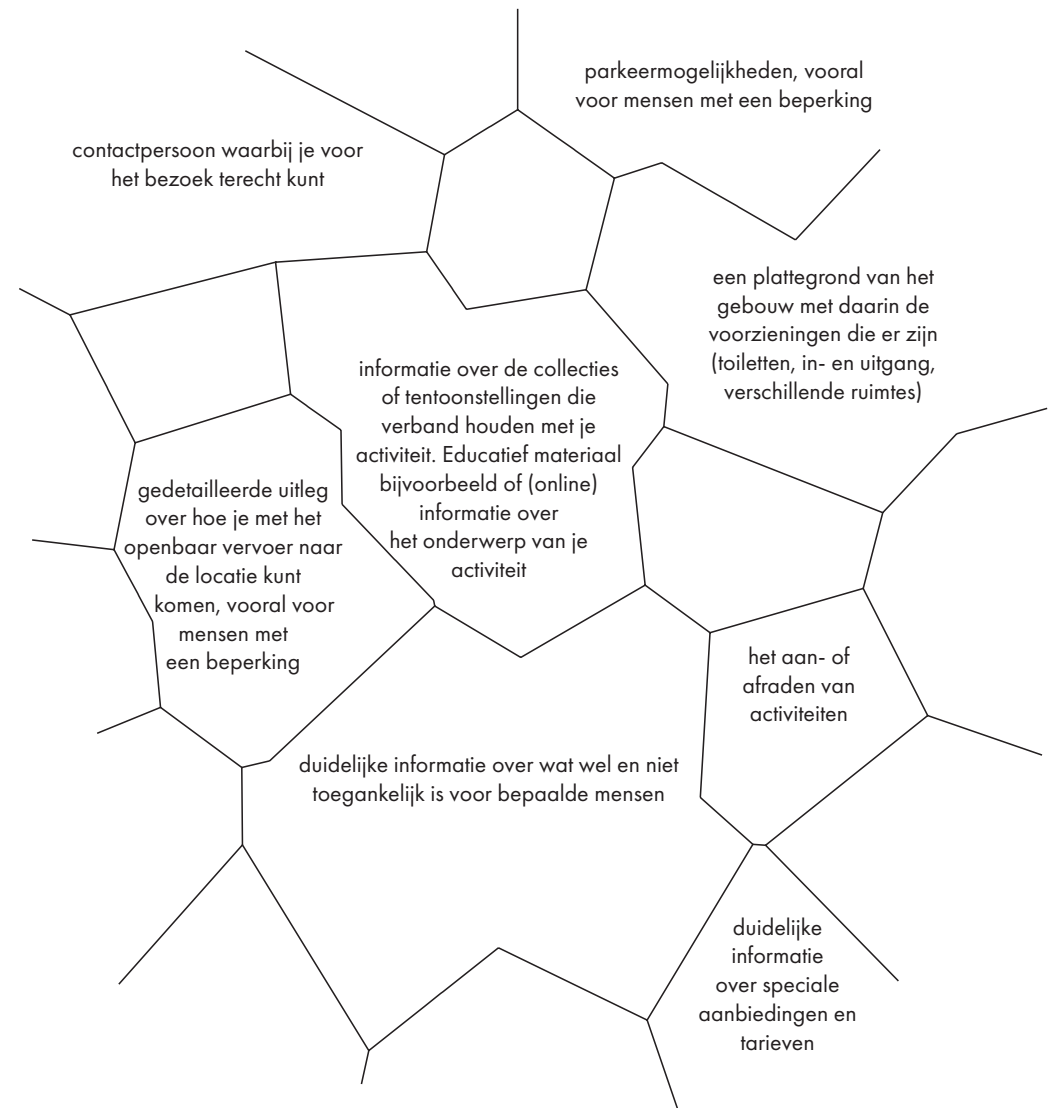
6.2

Ga direct naar de volgende pagina voor de quickscan



Verdieping

Neem de tijd om te bedenken hoe je bezoekers kunt helpen zich voor te bereiden op je activiteit.
Dit kan bijvoorbeeld met:



Goed om te weten...



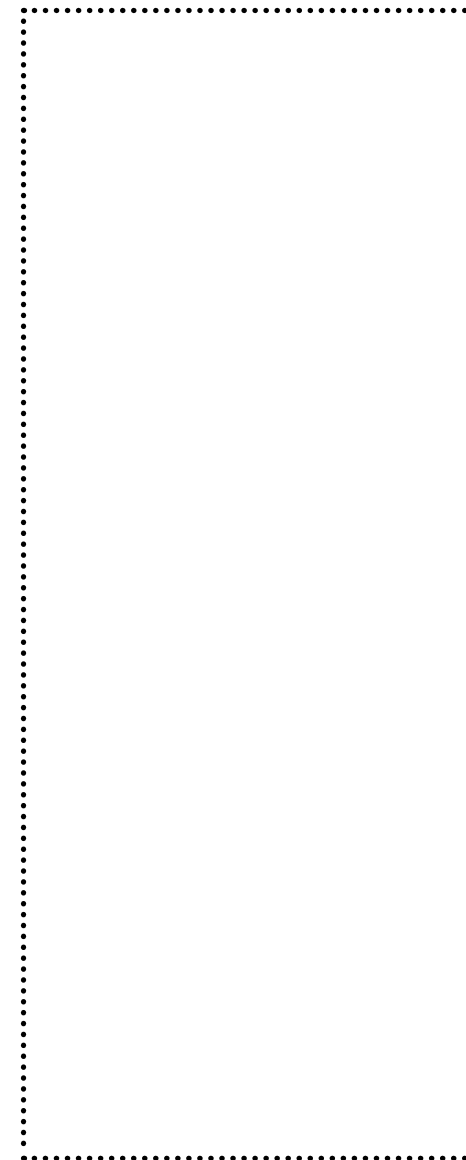
Een kleine stap voor professionals, een grote stap voor het publiek

Je onderschat vaak hoe moeilijk het voor bezoekers is om naar je gebouw of activiteit te komen, vooral voor mensen met een beperking. Het kan voor een aantal mensen een echte hindernisbaan zijn. **Voor veel bezoekers is het fijn als ze kunnen rekenen op voorbereiding op hun bezoek.** Kleine moeite voor jou, een groot goed voor bezoekers.

Je kunt bijvoorbeeld **op je website een plattegrond van je gebouw(en) of de ruimte van de activiteit** plaatsen, een virtuele rondleiding aanbieden, met foto's en beschrijvingen duidelijk maken hoe de receptie, activiteitenruimte, toiletten, liften, stiltezones, (koffie)bar, het personeel, etc. eruitzien. Je kunt ook fysieke plattegronden bij de receptie neerleggen.

Je houdt ook vaak geen rekening met **de omgeving van je locatie**. Het kan bezoekers enorm helpen als je ze gedetailleerde informatie verstrekt over hoe ze vanaf de dichtstbijzijnde halte (of een ander makkelijk punt) bij je locatie komen. Wees niet bang dat je overdrijft: met details over wegvoorzieningen en **foto's van de omgeving** kunnen bezoekers hun eigen hindernissen **inschatten** en zich hierop **voorbereiden**.

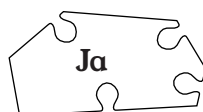
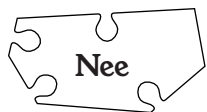
Tip: als je ter voorbereiding op je activiteit ook al beeldmateriaal van de activiteit mét publiek kunt aanbieden, dan kan dit eventuele drempels wegnemen bij bezoekers. Denk aan vermeende gedragscodes of gebruiken. Bovendien kan het zien **van beelden met divers publiek** ervoor zorgen dat toekomstige bezoekers zichzelf herkennen. **Zo weten ze dat deze activiteit ook voor hen is.**



Quickscan



Ben je van plan je oorspronkelijke ADEI-doelen en resultaten te evalueren?



Denk na over **de evaluatie** van je project, de manier waarop je feedback verzamelt en hoe je de resultaten gaat communiceren.

Large dotted rectangular box for writing notes.

6.3

Ga direct naar de volgende pagina voor de quickscan



Verdieping

Neem de tijd om te bedenken hoe je de evaluatie en het verzamelen van feedback gaat aanpakken.

• De inhoud van de evaluatie

Welke impact wil je meten?

Ga eventueel terug naar vraag 1.3 om je te helpen deze vraag te beantwoorden en de belangrijkste indicatoren te bepalen.

- impact op het publiek?
 - op het personeel?
 - op de relaties met partners?
 - op de organisatie?
- op een specifieke methode of specifiek apparaat/activiteit die je test met je project?

• De methode die je gaat hanteren

Wanneer vindt de evaluatie plaats?

- tijdens de uitvoering van het project?
- aan het einde?
- na het project als beoordeling?

Hoe ga je feedback verzamelen?

- en van wie?
- al het personeel?
- partners? publiek?
- je projectteam?

• Met wie ga je de resultaten delen?

- met institutionele- of financiële partners?
- met je directie?
- met het projectteam?
- met het publiek?

• En met welk doel?

- verbetering?
- als pleidooi binnen je organisatie?
- om externe partners te overtuigen?

Goed om te weten...



Over eerlijke evaluatie

Het is gebruikelijk om de evaluatie niet mee te nemen in de ontwikkeling van een project en te laten liggen tot het einde. Toch is het van groot belang om juist vóór de start van het project na te denken over het evaluatietraject. Zo kun je op het juiste moment feedback verzamelen en analyseren, kun je beoordelen in hoeverre doelstellingen zijn behaald en kun je, indien mogelijk, het project bijstellen voor het einde ervan.

Evalueren is een vak apart, dat niet in een paar alinea's samen te vatten is. In plaats daarvan geven we je een paar belangrijke punten als leidraad.

Houd er rekening mee dat de structuur van een evaluatieproces elementen bevat die ongelijkheid en uitsluiting in de hand kunnen werken. Net als in de voorgaande hoofdstukken moet je je bewust zijn van een aantal belangrijke factoren. Wie zetten het evaluatieproces op? Wie bepaalt de evaluatiecriteria en definieert het "succes": het projectteam? En dan alleen of in samenwerking met ADEI-partners, de ADEI-commissie en/of het publiek? Zijn de indicatoren relevant voor alle aspecten en perspectieven? Worden de gegevens en de resultaten gedeeld en besproken met alle deelnemers aan de evaluatie?

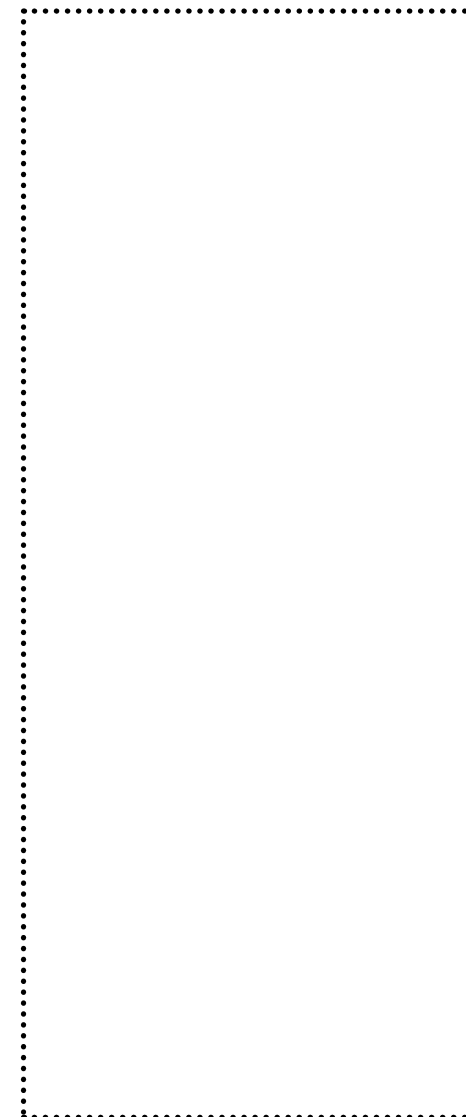
Een paar tips die je helpen de evaluatie van je project zo eerlijk mogelijk te organiseren:

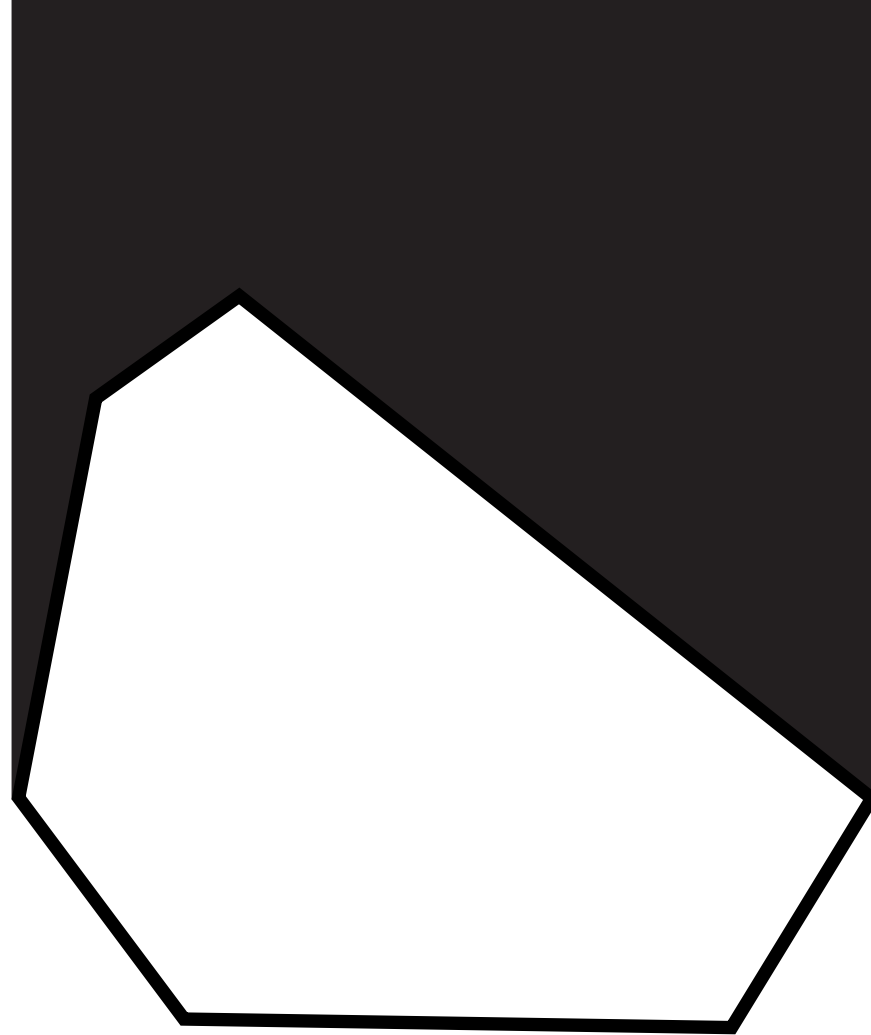
- Overweeg een ADEI-groep op te richten om feedback te geven tijdens de ontwikkeling van je activiteit. Je kunt personen uit je projectteam, maar ook partners en zelfs publiek uitnodigen voor 1 of 2 evaluatiebijeenkomsten. Vaker kan ook, als de duur van je project belangrijk is.
- Probeer de belangrijkste indicatoren voor je project te bepalen (doe ideeën op in de vragen van deze tool of in het uiteindelijke overzicht dat je aan de hand van deze tool maakt). Probeer niet volledig te zijn, een aantal indicatoren is voldoende. Betrek partners en externe stemmen bij je keuze en definitie voor de indicatoren.
- Heb je alle gegevens verzameld, deel ze dan en bespreek ze met je projectteam samen met je partners of de ADEI-commissie. Zo kunnen jullie ook samen verbeteringen doorvoeren.
- Ben je op zoek naar meer achtergrondinformatie, lees dan de online publicaties in het Equitable Evaluation Framework™ van het Equitable Evaluation Initiative. Deze informatie is voor een groot deel Engelstalig: <https://www.equitableeval.org/resources>

<https://www.equitableeval.org/resources>



Actiepunten



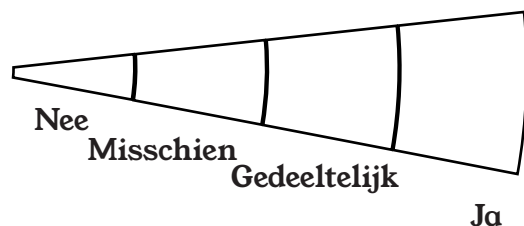


Overzicht quickscan

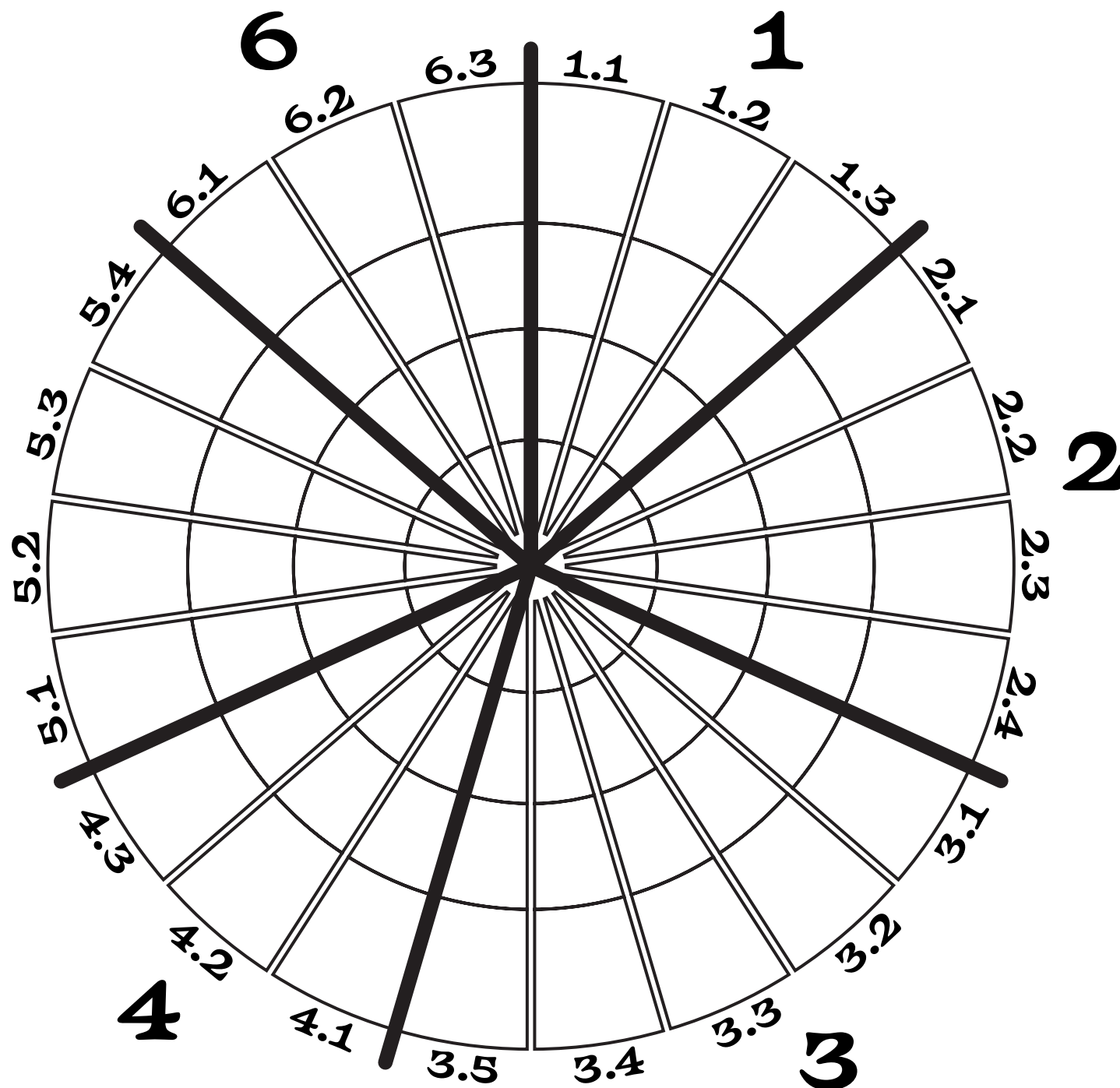
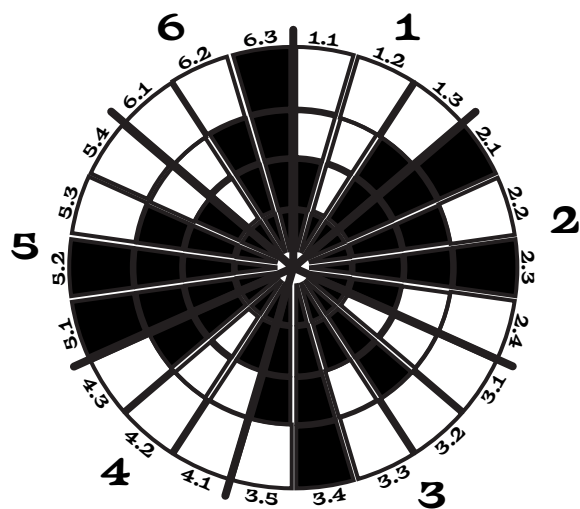
Overzicht quicksan



Schrijf hier de
antwoorden op elke
quicksan-vraag



Voorbeeld:



Hoofdstuk 1

Doelen en motivatie

1.1 Zie je inclusie als doel voor je project?

1.2 Wat is de positie van jouw organisatie en het bestuur? Ondersteunen zij je op het gebied van toegankelijkheid, diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusie?

1.3 Heeft het project doelstellingen of verwachte impact op het gebied van toegankelijkheid, diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusie?

Hoofdstuk 2

Team en middelen

2.1 Weet je waar je expertise kunt vinden op het gebied van toegankelijkheid, diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusie?

2.2 Voelt het projectteam voldoende veilig voor alle teamleden en partners om hun perspectieven, ideeën, twijfels en suggesties te delen?

2.3 Beschik je over interne middelen om toegankelijkheids-, diversiteits-, gelijkwaardigheids- en inclusiekwesties in dit project aan te pakken?

2.4 Beschik je over externe middelen om toegankelijkheids-, diversiteits-, gelijkwaardigheids- en inclusiekwesties in het project aan te pakken?

Hoofdstuk 3

Publiek

3.1 Richt je je op specifieke groepen of doelgroepen voor dit project?

3.2 Heb je nagedacht over het risico van uitsluiting?

3.3 Denk je in termen van mogelijkheden als je de doelgroepen die mogelijk worden uitgesloten onder de loep neemt?

3.4 Betrek je het publiek op enige manier bij het project?

3.5 Zorg je echt voor een verrijkende ervaring voor iedereen?

Hoofdstuk 4

Inhoud

4.1 Bevat de inhoud van je project verschillende relevante stemmen of perspectieven (en niet alleen de dominante norm)?

4.2 Worden mensen en gemeenschappen, inclusief benadeelde groepen, op een eerlijke manier gepresenteerd?

4.3 Houd je rekening met inclusief taalgebruik in je project?

Hoofdstuk 5

Toegankelijkheid en ontwerp

5.1 Zijn de tijd en ruimte van je project gunstig voor ADEI?

5.2 Heb je overwogen de drempels van je project te minimaliseren?

5.3 Houdt je project rekening met specifieke behoeften van doelgroepen?

5.4 Als je digitale middelen inzet: verbeteren ze inclusie voor iedereen?

Hoofdstuk 6

Communicatie, voorbereiding en evaluatie

6.1 Integreer je inclusieve communicatie en marketing in je project?

6.2 Geef je het publiek specifieke informatie ter voorbereiding op de activiteit?

6.3 Ben je van plan de ADEI-effecten van je project te evalueren?

Uitgebreid overzicht

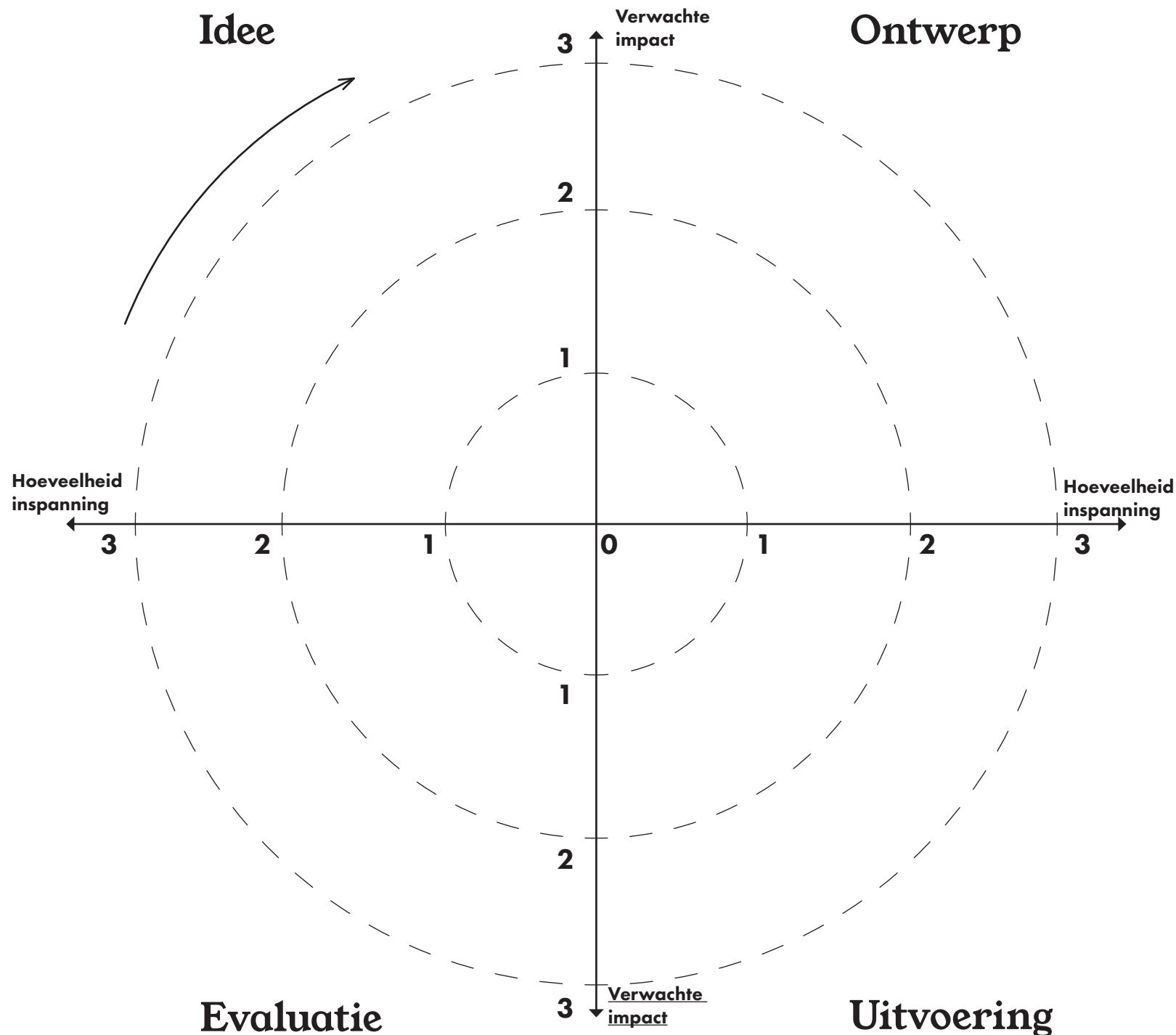
In dit uitgebreide overzicht maak je een ADEI-actieplan voor je project.

Hier kun je de tijdlijn van je project noteren, van het eerste idee tot het ontwerp, de uitvoering en de evaluatie.

Op de volgende dubbele pagina vind je actiepunten die volgen uit de verschillende hoofdstukken. Daar kun je ook je eigen actiepunten of ideeën aan toevoegen die je op hebt geschreven in de 'Actiepunten' op elke pagina.

Zet de actiepunten die je hebt gekozen vervolgens in de grafiek hiernaast. Houd rekening met:

- de fase van je project: idee, ontwerp, uitvoering, evaluatie
- de verwachte inspanning die een actiepunt gaat kosten
- de verwachte impact die dit actiepunt gaat hebben



Actiepunten



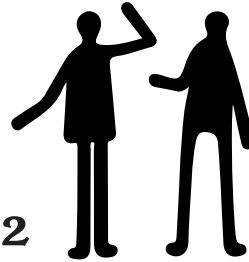
Schrijf hier alle « Actiepunten » die je gedurende de gehele scan hebt opgeschreven.

Lijst van mogelijke acties (incompleet)



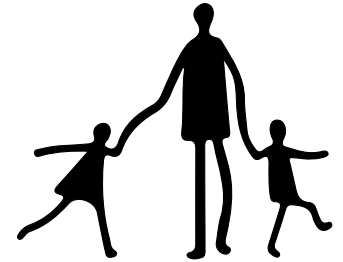
Hoofdstuk 1

- ☐ **1A** houd rekening met het risico van tokenism
- ☐ **1B** onderzoek de mate van steun vanuit je organisatie
- ☐ **1C** houd vanaf het eerste begin van je project rekening met ADEI-thema's zodat je 'aanpassingskosten' voorkomt en de juiste keuzes kan maken in het besteden van je budget
- ☐ **1D** identificeer de quick wins
- ☐ **1E** identificeer de kleine aanpassingen die je kan doen aan je project: het aanbieden van relevante trainingen, vorm en toegankelijkheid van tekst en media, nieuwe partnerschappen, etc.



Hoofdstuk 2

- ☐ **2A** zorg voor betrokkenheid van de meest gemotiveerde en bewuste collega's bij je project om te helpen bij steun en motivatie voor ADEI
- ☐ **2B** organiseer inspirerende bijeenkomsten met een partner en je projectteam over een relevant ADEI-onderwerp
- ☐ **2C** organiseer interne ADEI-training voor algemeen bewustzijn van personeel
- ☐ **2D** maak of update van een kaart met personen, organisaties en partners in je omgeving die zich bezighouden met ADEI
- ☐ **2E** experimenteer met een nieuw ADEI-partnerschap gedurende het project
- ☐ **2F** voeg 1 of 2 ADEI-partners toe aan de wetenschappelijke raad
- ☐ **2G** ga in gesprek met je team over hoe jullie keuzes gaan maken binnen het project



Hoofdstuk 3

- ☐ **3A** integreer input en ideeën van 'buitenstaanders' in het project
- ☐ **3B** investeer in een langetermijnrelatie met 1 of 2 partners: neem deel aan hun evenementen, luister naar ze, nodig ze uit voor jullie evenementen, etc.
- ☐ **3C** introduceer co-creatie binnen (een deel van) je project
- ☐ **3D** gebruik de 'Wheel of Power' en de verdiepende vragen van 3.1 om de eigenschappen van je publiek scherp te krijgen
- ☐ **3E** maak je eigen 'Wheel of Power' voor jouw project samen met je team
- ☐ **3F** betrek je publiek bij een fase van je project

Hoofdstuk 4



☐ **4A** begin een discussie met je projectteam over mogelijke blinde vlekken van het project: bronnen, sprekers, groepen, wetenschappelijke raad, etc.

☐ **4B** start een discussie met een partner of kritische kennis om te helpen de blinde vlekken te signaleren

☐ **4C** analyseer van alle inhoud van het project met behulp van de vragen uit 4.2 (stereotypen, representaties, etc.)

☐ **4D** werk samen met organisaties in je omgeving die gespecialiseerd zijn in schrijven op B1-niveau en het toepassen van AAC

☐ **4E** maak content op B1-niveau en/of AAC voor (een deel van) je project

Hoofdstuk 5



☐ **5A** identificeer knelpunten in tijd en ruimte

☐ **5B** maak een zg. voeltas en bijbehorende promotie

☐ **5C** programmeer van ontspannen sessies binnen je project

☐ **5D** maak een stilteruimte op de plek waar je project plaatsvindt.

☐ **5E** integreer het inclusieve ontwerpproces in het ontwerpen van (een deel van) het project

☐ **5F** inventariseer alle digitale apparaten in het project en of deze participatie bevorderen of juist belemmeren

☐ **5G** integreer digitale apparaten om toegankelijkheid te verbeteren

Hoofdstuk 6



☐ **6A** identificeer niet-institutionele manieren van communiceren: via prominenten van een gemeenschap, prikborden, wijkkranten, social media, etc.

☐ **6B** maak de website toegankelijker

☐ **6C** gebruik inclusieve taal in de communicatie over het project

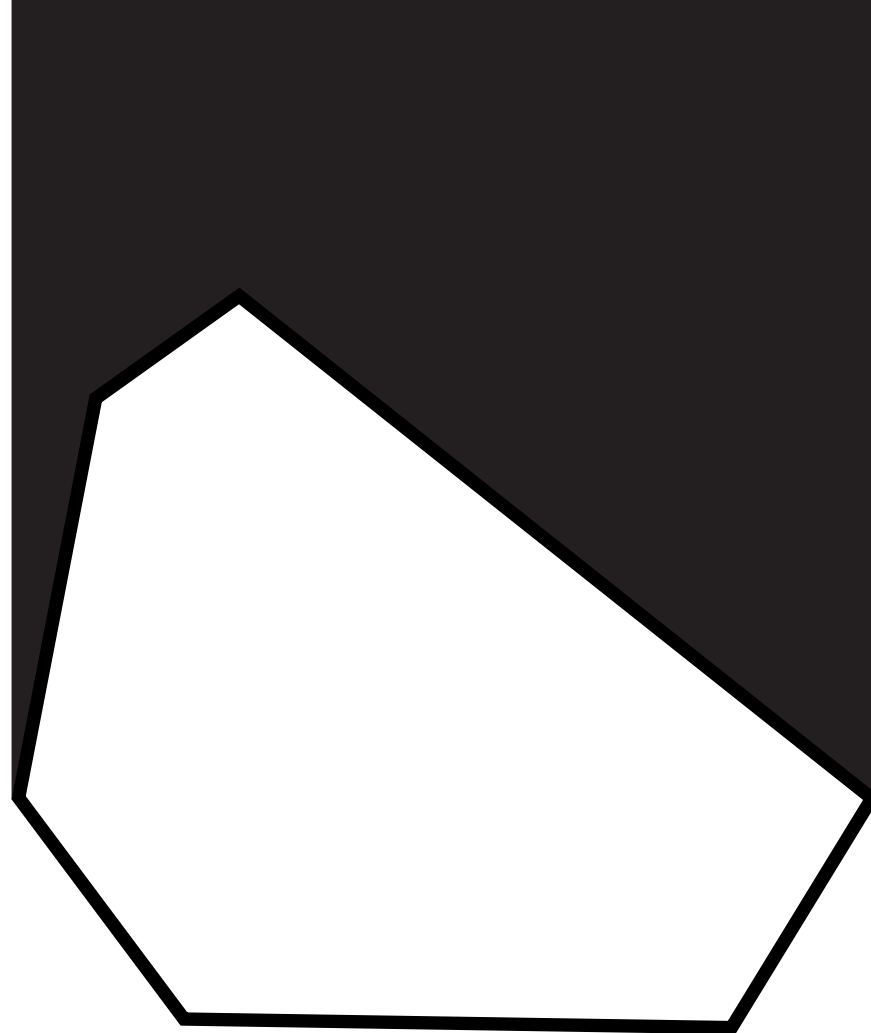
☐ **6D** ontwikkel 'eerlijke' content voor communicatie-uitingen, respectvolle en eerlijke representaties

☐ **6E** ontwikkel een document waarmee bezoekers hun bezoek kunnen voorbereiden, inclusief de online promotie ervan

☐ **6F** plaats een plattegrond van het gebouw/de locatie op de website (virtuele tour, afbeeldingen, etc.)

☐ **6G** bepaal impact indicatoren voor het project

☐ **6H** inplannen van een eerlijke evaluatie van het project



Bronnen

Deze bronnen worden gebruikt in de tool

Inleiding

- FR - Clémence Perronnet, Synthèse – *Publics exclus outils de la recherche pour des institutions plus inclusives*

<https://www.estim-mediation.fr/ressource/synthese-publics-exclus-outils-de-la-recherche-pour-des-institutions-plus-inclusives-clemence-perronnet/>

- EN - Diversci, Europese organisatie voor inclusie in de wetenschappelijke cultuursector : <https://www.diversci.eu/>

Illustrations (c) Vanessa Mignan

Hoofdstuk 3

Infographics van Sylvia Duckworth:

- Wheel of Power: [flic.kr/p/2jWxeGG](https://www.flickr.com/photos/2jWxeGG/) (CC BY-NC-ND 2.0-licensie, 18 okt 2020)
- Wheel of Intersectionality: [flic.kr/p/2jy46K4](https://www.flickr.com/photos/2jy46K4/) (CC BY-NC-ND 2.0-licensie, 19 aug 2020)

- EN - Emily Dawson, Equity & inclusion in everyday science learning

equityandeverydayscience.wordpress.com

- EN - Nina Simon, The Participatory Museum

participatorymuseum.org

- EN - People History Museum, Manchester

phm.org.uk

- EN - Nina Simon, The Art of relevance

artofrelevance.org

Hoofdstuk 5

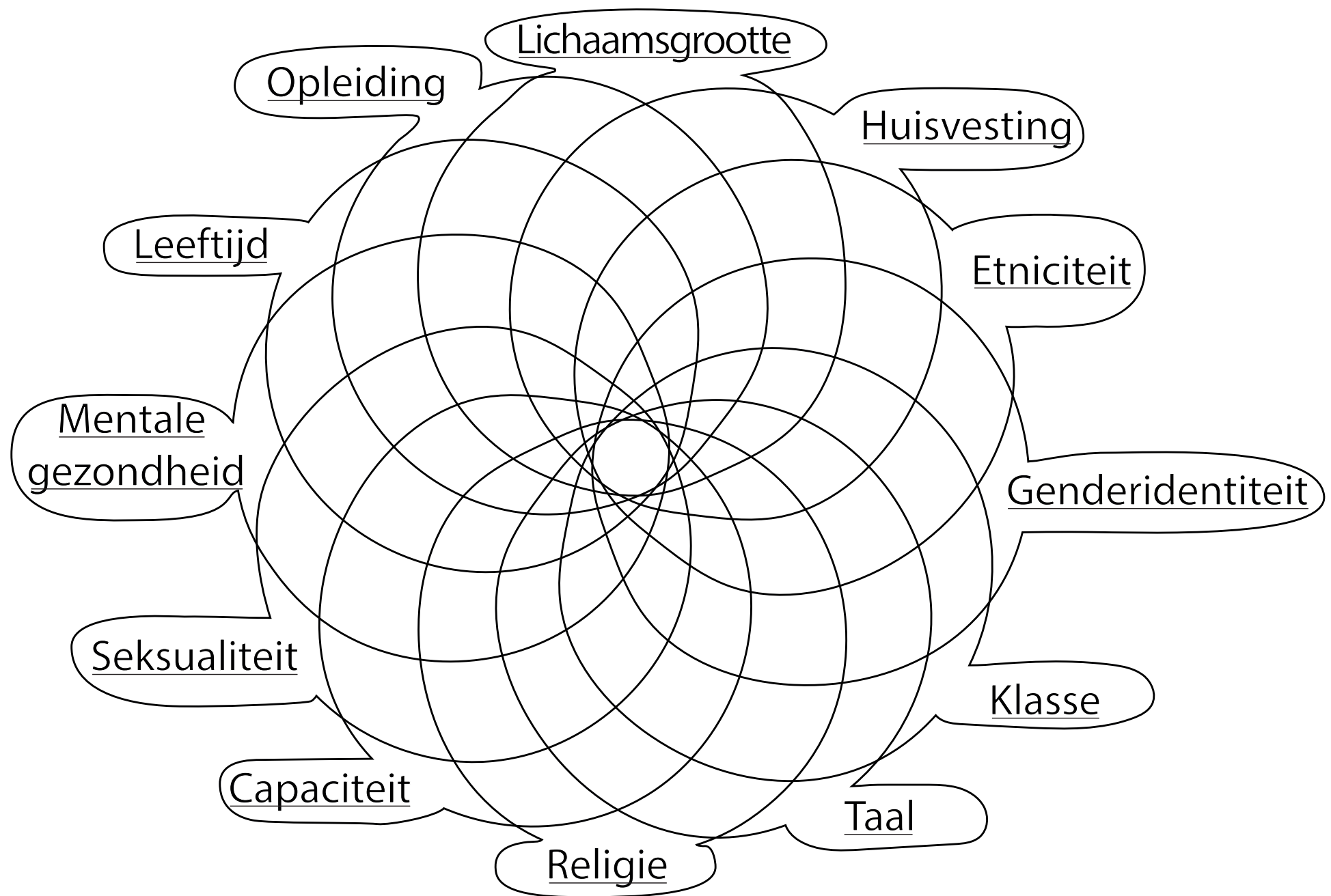
- EN/FR - French American Museum Exchange (FRAME), Guide for Welcoming Museum Visitors with Autism Spectrum Disorder framemuseums.org/frameworks
- EN - bijbehorende video: youtube.com/watch?v=vqq26NvrZWw

Hoofdstuk 6

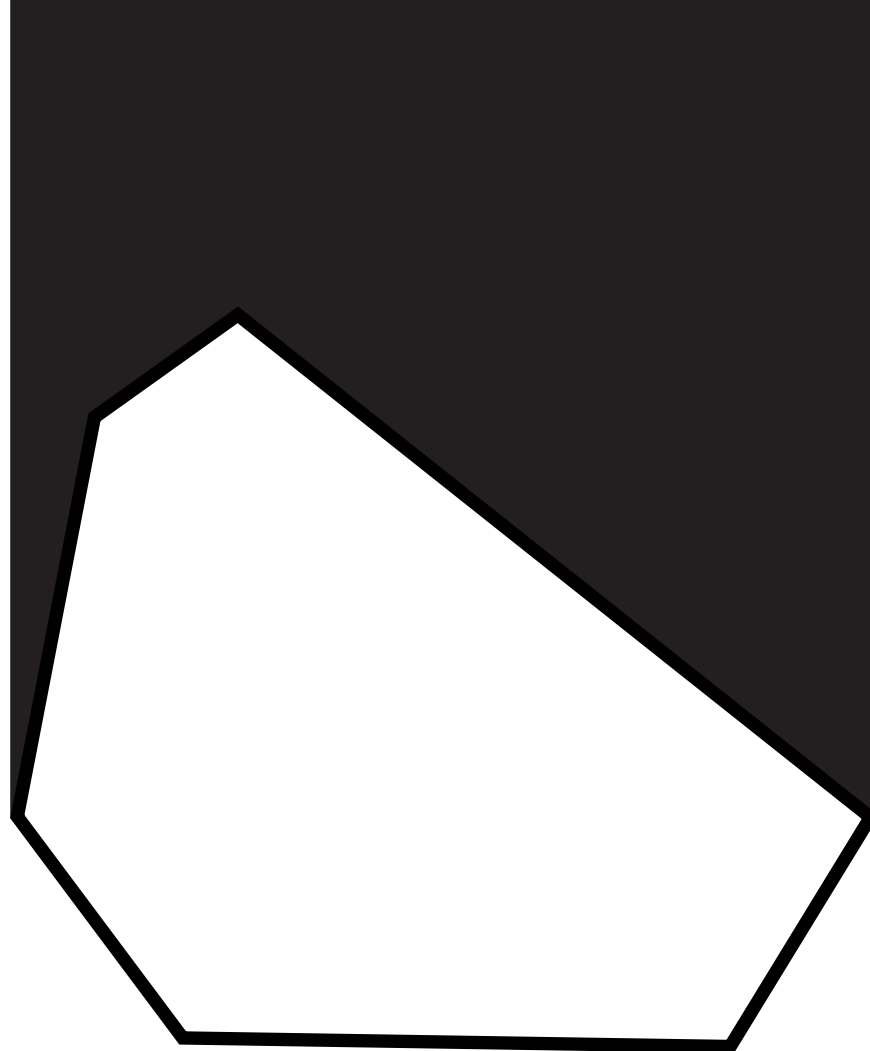
- EN - Equity & Inclusion Lens Handbook, Ottawa (2018). Blz. 24: Communication documents.ottawa.ca/sites/documents/files/ei_lens_hb_en.pdf
- NL - World Wide Web Consortium (W3C) Web Accessibility Initiative (WAI), strategieën, normen en middelen voor online toegankelijkheid w3.org/translations/WCAG21-nl
- EN - Equitable Evaluation Framework™ van het Equitable Evaluation Initiative : <https://www.equitableeval.org/resources>
- NL - Het IMPACTLAB, een samenwerking tussen de Universiteit Utrecht, Universiteit Leiden en de Nationale Wetenschapsagenda (NWA) heeft verschillende tools (zoals observaties, enquêtes, focusgroepen, interviews en stemmingen) ontwikkeld impactlab.sites.uu.nl/tools

Meer informatie

- FR - Clémence Perronnet, La culture scientifique des enfants en milieux populaires : étude de cas sur la construction sociale du goût, des pratiques et des représentations des sciences, Université de Lyon (2018) <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-02015334>







Dankwoord

Ontwerp en tekst: I MOVE projectteam

Alexia SONNOIS, Cap Sciences
Alexandre LICATA, Cap Sciences
Manuela SIMULA, Cap Sciences
Noémie ESCORTEL, Cap Sciences

Sanne DEN ADEL, VSC
Marianne BENNING, VSC
Meie VAN LAAR, NEMO / Naturalis

Chiara FERRETTI, Reggio Emilia, Musei Civici
Georgia CANTONI, Reggio Emilia, Musei Civici
Maria Luna FRAGOMENI, Comune di Reggio Emilia
Erica ORRÙ, Fondazione E*35
Giulia BASSI, Fondazione E*35

Cristina VEIGA-PIRES, Ciencia Viva Faro
Luis PORTO, Ciencia Viva Faro
Jorge OLIVEIRA, Ciencia Viva Faro

Clémence PERRONNET, UCO, Julie PASQUER-JEANNE, UCO

Grafisch ontwerp en integratie text

Alexandre LICATA, Cap Sciences, Isabelle JULIEN, Cap Sciences

Dank voor de feedback, proeflezen en advies:

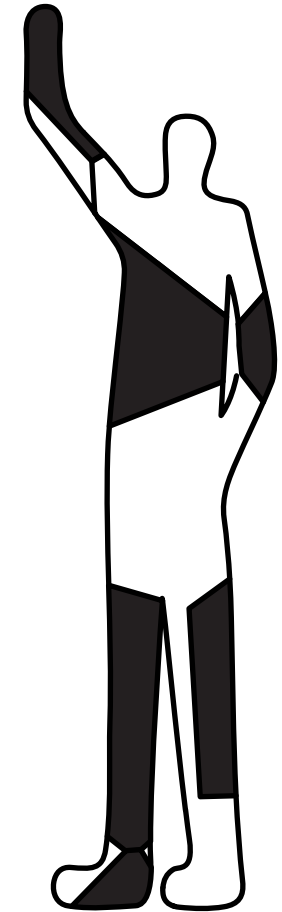
Marie DONEDA, Nicolas BARRET, Menno TUMMERS, Frieda KLAASSEN, Sandra VAN DER WESTEN,
Glenneth SARKAM, Alexandrina CORREIA, Valentina MUNOZ, Axel LAIZE, Barbara STREICHER, David JONES,
Maaike PELGRIM, Anne KNAPE

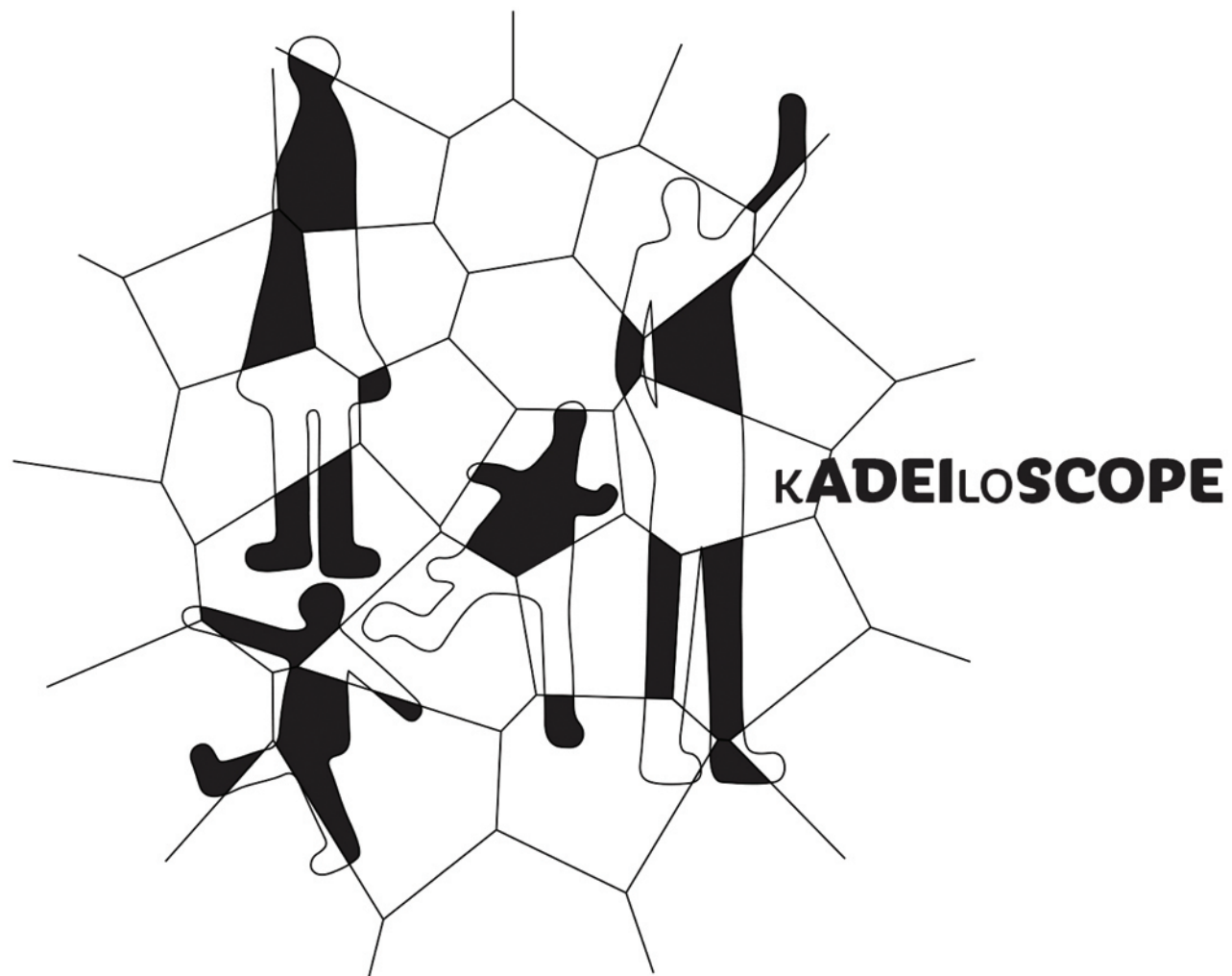
Silhouette illustraties

Illustraties van The Noun Project door Kris.27

**Dank aan het team van La Moulinette voor het delen van hun ervaring met dit inspire-
rende project.** La Moulinette, Votre projet de médiation haché menu - <https://www.moulinette.ch/fr>

<https://www.moulinette.ch/fr>





Contact
 Menno Tummers
menno@vsc-netwerk.nl



KADEIloSCOPE © 2023
 is licensed under CC BY-NC-SA 4.0

Het I MOVE-project wordt gefinancierd door de Europese Unie als onderdeel van het ERASMUS+ programma.

