





RAMPEN MANAGEMENT


1
ካመመይ ቤትዎ ውስጥ ተቀመጥ




2
እጅዎን በሚሰራው ታጠብው



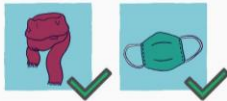

3
ካህኩቶች 1.5 ሜትር ፊት



4
በተቻለ መጠን ካሰዎት አትገናኙ። በተክሮን, በቻት, በኢመሌክስ በሆን ይመረጣል



5
ህዝብ ያካብቱ ነው ያካላው? የእኛ መሸፈኛ ወይም በኩላ እጅንጫላንና እጅዎን እጅግ ያጅግ።



ACADEMIEJAAR 2019-2020

Inclusieve reflexcommunicatie : toegankelijk communiceren tijdens een noodsituatie

STUDENT: LIEN VERMEIRE
PROMOTOR: YVES STEVENS

Dankjewel aan Yves Stevens, mijn collega, promotor en klankbord.

Dankjewel aan Marlies, Joke, Myranda, Kris, Heleen, Sara, Sandy, Jaron, Karolien, Greet, Julie, Solomon, Nicola en vele anderen voor de waardevolle samenwerkingen die in het heetst van de strijd ontstonden en me enorm veel hebben bijgeleerd.

How do you turn catastrophe into art? Nowadays the process is automatic. A nuclear plant explodes? We'll have a play on the London stage within a year. A President is assassinated? You can have the book or the film or the filmed book or booked film. War? Send in the novelists. A series of gruesome murders? Listen for the tramp of the poets. We have to understand it, of course, this catastrophe; to understand it, we have to imagine it, so we need the imaginative arts. But we also need to justify it and forgive it, this catastrophe, however minimally. Why did it happen, this mad act of Nature, this crazed human moment? Well, at least it produced art. Perhaps, in the end, that's what catastrophe is for.

— Julian Barnes, A History of the World in 10½ Chapters

ABSTRACT

Discipline 5 heeft een cruciale taak in een noodsituatie: snelle en correcte informatie aan de bevolking kan levens redden. Daarom is het essentieel dat iedereen toegang heeft tot deze informatie. Om deze toegang te verzekeren, dient discipline 5 inclusief te communiceren en zich tot een zo breed mogelijk publiek te richten, ongeacht leeftijd, geslacht, nationaliteit, herkomst, handicap, ... In deze thesis onderzoek ik de mogelijkheden voor inclusieve crisiscommunicatie. Daarbij leg ik de focus op de eerste communicatie bij een noodsituatie, de zogenaamde reflexcommunicatie. Beperkte tijd, middelen en informatie maken deze communicatie extra uitdagend voor discipline 5. Toch maakt de inhoud van deze communicatie – die vaak cruciale (levensreddende) adviezen bevat – het net bijzonder belangrijk dat deze informatie iedereen bereikt.

Op basis van goede praktijken uit het buitenland en andere sectoren, aangevuld met waardevolle ervaringen uit de coronacrisis, bestudeer ik in deze thesis hoe discipline 5 ervoor kan zorgen dat zoveel mogelijk personen de eerst communicatie in een noodsituatie ontvangen (kanaal), begrijpen (taal) en opvolgen (inhoud). Het hoofdstuk ‘Kanaal’ geeft aanbevelingen om zowel de toegankelijkheid van de huidige alarmeringskanalen als het bereik van reflexcommunicatie te verhogen. Meertalige communicatie, het belang van helder taalgebruik en visualisatie komen in het hoofdstuk ‘Taal’ aan bod. Tot slot vormen de verschillende barrières die een persoon kunnen beletten een handelsreflex uit te voeren – en hoe deze te verhelpen –, de focus van het hoofdstuk ‘Inhoud’.

Op basis van mijn bevindingen formuleer ik aan het einde van deze thesis een reeks actiepunten voor discipline 5, om ervoor te zorgen dat inclusieve crisiscommunicatie de nieuwe norm wordt.

Sleutelwoorden:

- Discipline 5
- Inclusief
- Reflexcommunicatie
- Diversiteit

Inhoud

INLEIDING: ONDERZOEKSVRAAG & METHODOLOGIE	1
INCLUSIEVE REFLEXCOMMUNICATIE.....	4
1. Wat is inclusie ?	4
1.1. Huidige diversiteitscijfers	4
1.2. Moeilijk bereikbare, verminderd zelfredzame of kwetsbare doelgroepen.....	6
1.3. Inclusieve reflexcommunicatie als focus	8
2. Wat is reflexcommunicatie?.....	9
2.1. Tijdstip: pre - crisis - post	9
2.2. Zender	10
2.3. Boodschap.....	12
2.4. Middelen	13
2.5. Ontvanger.....	13
KANAAL – DE BOODSCHAP ONTVANGEN	15
1. Inclusiviteit huidige kanalen	15
1.1. Traditionele media	16
1.2. Sociale media	20
1.3. Online.....	23
1.4. BE-Alert.....	25
2. Een bekend gezicht.....	27
2.1. Doorgeven van boodschappen	27
2.2. Samenwerkingsverbanden	30
TAAL – DE BOODSCHAP BEGRIJPEN.....	35
1. Communiceren in een vreemde taal	35
1.1. Taalwetgeving.....	36
1.2. Keuze van lingua franca.....	38
1.3. Aandachtspunten.....	43
2. Heerlijk helder: het belang van klare taal.....	47
2.1. Taalniveaus	49
2.2. Tips om teksten aan te passen	52
3. Aandacht voor visuele communicatie	57
3.1. Keuze van een beeld	57
3.2. Visualiseren met pictogrammen.....	58
4. Gebarentaal.....	61

INHOUD – DE BOODSCHAP UITVOEREN.....	63
1. Theoretisch model : The Protective Action Decision Model	63
2. Aandacht voor inclusiviteit: perceptie en obstakels	66
2.1. Perceptie.....	66
2.1.1. Crisiscommunicatie: omgevingsanalyse.....	67
2.1.2. Risicocommunicatie: doelgerichte campagnes.....	68
2.2. Situationele obstakels.....	70
CONCLUSIE	72
1. Kanaal.....	73
2. Taal.....	74
3. Inhoud.....	76
ACTIEPUNTEN DISCIPLINE 5.....	78
LIJST MET TABELLEN EN FIGUREN	81
BRONVERMELDING	82
Bijlage 1 – interview met Joke Van den Bulck, medewerker taalbeleid en taalpromotie bij atlas, integratie & inburgering Antwerpen.....	91

INLEIDING: ONDERZOEKSVRAAG & METHODOLOGIE

Iedereen heeft recht op informatie. Dit staat duidelijk beschreven in verschillende internationale verdragen. De *Universele verklaring van de rechten van de mens* stelt in artikel 19 dat:

Een ieder heeft recht op vrijheid van mening en meningsuiting. Dit recht omvat de vrijheid om zonder inmenging een mening te koesteren en om door alle middelen en ongeacht grenzen inlichtingen en denkbeelden op te sporen, te ontvangen en door te geven. (Verenigde Naties, 1948)

Dit idee wordt verder ondertekend in het *Internationaal verdrag inzake burgerrechten en politieke rechten* van de Verenigde Naties

Deel II – Artikel 2.1. Iedere Staat die partij is bij dit Verdrag verbindt zich de in dit Verdrag erkende rechten te eerbiedigen en deze aan een ieder die binnen zijn grondgebied verblijft en aan zijn rechtsmacht is onderworpen te verzekeren, zonder onderscheid van welke aard ook, zoals naar ras, huidskleur, geslacht, taal, godsdienst, politieke of andere overtuiging, nationale of maatschappelijke afkomst, eigendom, geboorte of andere status. [...]

Deel II – Artikel 4.1. Bij een algemene noodtoestand die een bedreiging vormt voor het bestaan van het volk en welks aanwezigheid officieel is afgekondigd, kunnen de Staten die partij zijn bij dit Verdrag maatregelen nemen, die afwijken van hun verplichtingen ingevolge dit Verdrag, mits deze maatregelen niet verder gaan dan de toestand vereist en niet in strijd zijn met andere verplichtingen welke voortvloeien uit het internationale recht en geen discriminatie uitsluitend op grond van ras, huidskleur, geslacht, taal, godsdienst of maatschappelijke afkomst inhouden.. [...]

Deel II – Artikel 19.2. Een ieder heeft het recht op vrijheid van meningsuiting; dit recht omvat mede de vrijheid inlichtingen en denkbeelden van welke aard ook op te sporen, te ontvangen en door te geven, ongeacht grenzen, hetzij mondeling, hetzij in geschreven of gedrukte vorm, in de vorm van kunst, of met behulp van andere media naar zijn keuze. (“Internationaal verdrag inzake burgerrechten en politieke rechten.”, 1983)

Ook in het in het *Verdrag inzake de rechten van personen met een handicap* van de Verenigde Naties is toegang tot informatie expliciet opgenomen:

Teneinde personen met een handicap in staat te stellen zelfstandig te leven en volledig deel te nemen aan alle facetten van het leven, nemen de Staten die Partij zijn passende maatregelen om personen met een handicap op voet van gelijkheid met anderen de toegang te garanderen tot de fysieke omgeving, tot vervoer, informatie en communicatie, met inbegrip van informatie- en

communicatietechnologieën en –systemen, en tot andere voorzieningen en diensten die openstaan voor, of verleend worden aan het publiek, in zowel stedelijke als landelijke gebieden. Deze maatregelen, die mede de identificatie en bestrijding van obstakels en drempels voor de toegankelijkheid omvatten, zijn onder andere van toepassing op:

- a. (...)
- b. informatie, communicatie en andere diensten, met inbegrip van elektronische diensten en nooddiensten.” (“Verdrag inzake de rechten van personen met een handicap”, 2009)

Ten slotte haalt ook het *Sendai Framework for Disaster Risk Reduction* het belang van een inclusieve en niet-discriminerende aanpak aan als één van de basisbeginselen om risico’s bij rampen of noodsituaties te verminderen:

Om het risico op rampen te beperken, is het noodzakelijk dat de hele samenleving betrokken is en deelneemt. Het vereist ook emancipatie en inclusieve, toegankelijke en niet-discriminerende participatie, met speciale aandacht voor mensen die onevenredig zwaar worden getroffen door rampen, met name de armsten. Een gender-, leeftijds-, handicap- en cultureel perspectief moet in alle beleidsvormen en praktijken worden geïntegreerd, en het leiderschap van vrouwen en jongeren moet worden bevorderd. (Verenigde Naties, 2015, pp. 13)

In een noodsituatie is informatie aan de bevolking de taak van discipline 5. Snelle en correcte informatie bij een ramp kan levens redden. Het is dus ook aan deze discipline om erop toe te zien dat iedereen toegang heeft tot deze informatie. In deze thesis onderzoek ik welke stappen discipline 5 kan nemen om deze toegang te verzekeren.

Voor deze thesis heb ik er expliciet voor gekozen om mij niet te focussen op één doelgroep waarvoor er extra maatregelen getroffen moeten worden bij crisiscommunicatie. In plaats daarvan kijk ik naar de mogelijkheden die discipline 5 heeft om inclusief te communiceren en een zo breed mogelijk publiek te bereiken. Daarbij concentreer ik me op de eerste communicatie tijdens een noodsituatie, i.e. reflexcommunicatie. Deze eerste communicatie karakteriseert meteen de uitdagingen waar discipline 5 voor staat, nl. op basis van beperkte informatie en binnen een korte tijdspanne een bericht uitsturen om zoveel mogelijk personen te informeren of te alarmeren, met de middelen die op dat moment voorhanden zijn. Toch kan – en dient – er ook binnen deze grenzen aandacht besteed te worden aan inclusieve communicatie. In het eerste hoofdstuk van deze thesis ga ik dieper in deze eigenschappen van reflexcommunicatie en wat inclusieve communicatie juist betekent. Vervolgens bekijk ik in de hoofdstukken 2 tot en met 4 verschillende methoden om ervoor te

zorgen dat zoveel mogelijk mensen deze informatie ontvangen, begrijpen en opvolgen. Daarvoor leg ik respectievelijk de focus op het kanaal, de taal en de inhoud van deze allereerste communicatie in een noodsituatie.

Om de aanbevelingen in deze thesis te formuleren, deed ik onderzoek naar goede praktijken uit het buitenland en uit andere sectoren, bv. de zorg. Er bestaan reeds vele inspirerende voorbeelden rond inclusieve communicatie of aandacht voor diversiteit. Het komt erop aan te kijken hoe deze praktijken aangepast kunnen worden aan de eigenheid van crisiscommunicatie in België. Net toen ik deze thesis bijna wou afronden, brak de coronacrisis uit. Door deze pandemie werden theorieën uit deze thesis plots praktijk en werden procedures voor toegankelijke communicatie, die binnen het Nationaal Crisiscentrum nog in ontwikkeling waren, plots versneld uitgevoerd. Hoewel de communicatie tijdens de coronacrisis niet binnen mijn vooropgestelde definitie van reflexcommunicatie past en de verschillende werkmethoden die tot stand kwamen aangepast zullen moeten worden om ze in te zetten bij een fast-burning crisis, heeft deze periode me toch enorm veel bijgeleerd en vormde het de basis voor enkele mooie samenwerkingen die te waardevol zijn om na deze crisis te laten uitbloeien. Daarom vond ik het de moeite waard om deze ervaringen te verwerken in mijn thesis.

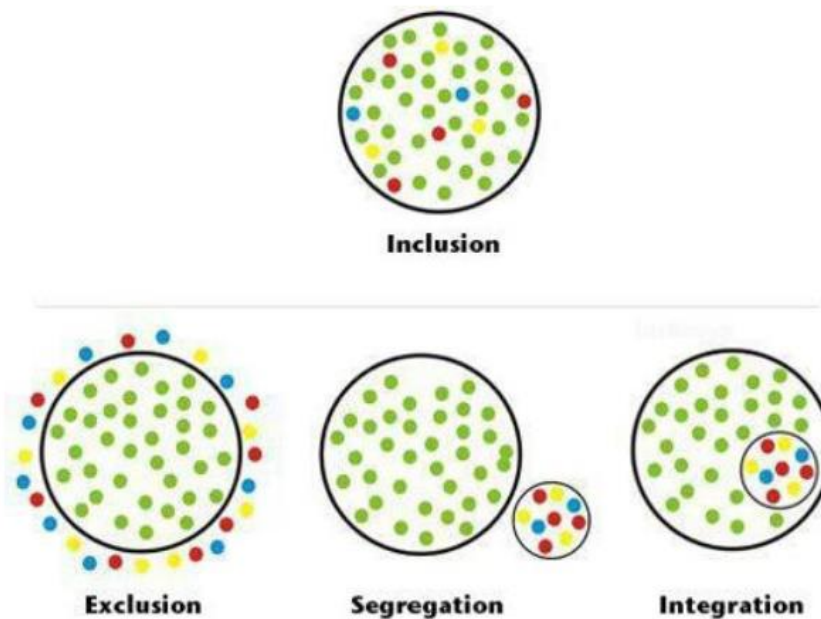
Onderzoeksvraag

Binnen de uitdagingen die eigen zijn aan reflexcommunicatie (beperkte tijd en middelen, levensreddende boodschap, one-to-many communicatie), hoe kan discipline 5 ervoor zorgen dat zo veel mogelijk personen deze cruciale crisisinformatie begrijpen, ontvangen en opvolgen?

INCLUSIEVE REFLEXCOMMUNICATIE

1. Wat is inclusie ?

Van Dale definieert inclusie als “insluiting, het insluiten of ingesloten worden” of “het betrekken van personen of groepen bij iets” (z.d.). Wie afwijkt van de ‘norm’, wordt opgenomen in de samenleving en niet uitgesloten (*exclusion*), afgescheiden (*segregation*) of gevraagd om zich aan te passen aan de anderen (*integration*).



Figuur 1 – Inclusie. Overgenomen van [Inclusie-Uitsluiting-Segregatie-Integrate] (z.d.). Auteursrechtgebende onbekend. Gevonden op <https://www.kennispleingehandicaptensector.nl/inclusie/wat-is-dat>.

Inclusie wijst dus op een open en toegankelijke houding.

1.1. Huidige diversiteitscijfers

Volgens het Belgisch statistiekbureau Statbel, onderdeel van de FOD Economie, waren er op 1 januari 2020 11.492.641 inwoners wettelijk geregistreerd in België. Per jaar komen daar 61.235 personen, oftewel 0,54 %, bij (Statbel, 2020d). Deze bevolkingsgroei schrijft Statbel toe aan twee factoren: een positief natuurlijk saldo - meer geboortes dan overlijdens - en een positief migratiesaldo - meer immigratie dan emigratie (2020d). Van deze 11 miljoen inwoners hebben in totaal 1.426.651 (of 12,41%) personen een andere nationaliteit dan Belgisch (Statbel, 2020e).

Daarnaast lieten 40.594 personen van +118 verschillende nationaliteiten zich in 2019 naturaliseren (Statbel, 2020f). Voor Vlaanderen bestaan er ook cijfers op basis van herkomst. Een persoon is van ‘niet-Belgische herkomst’ indien hij/zij niet de Belgische nationaliteit had bij geboorte, of indien zijn/haar vader en/of moeder niet de Belgische nationaliteit had bij geboorte (Data en Analyse van de Vlaamse Provincies, 2019). Op basis van deze definitie zijn 1.472.189 personen, oftewel 22.3% van de 6.599.230 Vlaamse inwoners, van niet-Belgische herkomst (Data en Analyse van de Vlaamse Provincies, 2019). In 2019 lag het aantal inwoners van niet-Belgische herkomst voor de stad Antwerpen ook voor het eerst hoger dan het aantal inwoners van Belgische herkomst. In totaal telt Vlaanderen negen gemeenten waarbij er meer inwoners zijn van niet-Belgische herkomst dan van Belgische herkomst, nl. Antwerpen, Genk, Maasmechelen, Vilvoorde, Machelen, Baarle-Hertog, Drogenbos, Zaventem en Kraainem (Data en Analyse van de Vlaamse Provincies, 2019). Al deze cijfers wijzen op een diverse samenleving op basis van herkomst en nationaliteit.

Maar diversiteit is breder dan enkel herkomst of nationaliteit, het gaat ook om taal, leeftijd, inkomen, religie, handicap, en meer. Enkele cijfers op een rijtje:

- Volgens het rapport ‘Vlaams onderwijs in cijfers 2018-2019’ volgen er in totaal 93.849 personen de opleiding Nederlands als tweede taal in het secundair volwassenenonderwijs (88.246 personen voor richtgraad 1 & 2 en 5.603 personen voor richtgraad 3 & 4). Daarnaast volgden ook 34.170 personen een opleiding Nederlands in de basiseducatie voor volwassenen, waarvan 16.055 zich inschreven voor een cursus Alfabetisering Nederlands tweede taal, voor zij die (het Latijns schrift) niet kunnen lezen of schrijven (Departement Onderwijs en Vorming, 2019).
- In 2019 verbleven in totaal 20.661.034 toeristen van niet-Belgische afkomst voor minstens één nacht in ons land (Statbel, 2020g).
- In 2018 behoorde 16,4% van de Belgische bevolking tot de risicogroep voor armoede. Dit zijn personen wiens totaal beschikbaar inkomen lager ligt dan 1.139 euro per maand voor een alleenstaande. Werklozen, eenoudergezinnen en huurders lopen een groter risico op armoede dan anderen (Statbel, 2019a).
- Van de 11.492.641 geregistreerde Belgen in 2020 zijn er 2.204.478 ouder dan 65 jaar en 2.312.040 jonger dan 18 jaar (Statbel, 2020e).
- Van de 15-64-jarigen beschikte 1.064.640 personen (11,3%) in 2019 niet over een diploma of enkel over een diploma lager onderwijs (Statbel, 2020c).

- Uit de enquête naar arbeidskrachten van 2018 blijkt dat 9% van de Belgische bevolking aangeeft bepaalde dagelijkse activiteiten niet of beperkt te kunnen uitvoeren door een handicap, een langdurige aandoening of ziekte (Statbel, 2019b)
- Volgens het expertisecentrum Vlaamse gebarentaal zijn er in Vlaanderen ongeveer 60.000 personen die doof of slechthorend geboren zijn. Daarnaast zouden er nog zo'n 800.000 personen een vorm van (niet-aangeboren) gehoorverlies hebben, bv. door ouderdom of een ongeval. Ongeveer 6000 van deze doven of slechthorenden gebruiken Vlaamse Gebarentaal (Expertisecentrum Vlaamse Gebarentaal, 2019).
- Volgens de organisatie Blindenzorg Licht en Liefde hebben ongeveer 2 personen op 100 in België een visuele handicap. Ongeveer 10.000 personen (of 1 op 1000) is daarbij volledig blind (Blindenzorg Licht en Liefde, 2014).
- In 2019 beschikt 11% van de Belgische huishoudens met minstens één persoon tussen 16 en 74 jaar niet over internet thuis (Statbel, 2020a).

Deze cijfers zijn belangrijk om in het achterhoofd te houden in (crisis)communicatie, zeker bij het uitsturen van een reflexcommunicatie die mogelijk levensreddende informatie bevat. De kans dat er bij de betrokken burgers personen zijn die de boodschap niet begrijpen, niet ontvangen omwille van beperkte toegang tot ICT-middelen of niet kunnen uitvoeren omwille van een handicap is reëel.

1.2. Moeilijk bereikbare, verminderd zelfredzame of kwetsbare doelgroepen

Eén methode om communicatie toegankelijker of inclusiever te maken, is het afbakenen van verschillende moeilijk bereikbare of kwetsbare doelgroepen. Voor Eric Goubin, auteur van *Tante Mariette en haar fiets. Communicatie voor overheid en socialprofit*, zijn moeilijk te bereiken doelgroepen, groepen personen die geen tot weinig informatiebehoefte hebben, die niet gericht naar informatie zoeken en die verworven informatie moeilijk kunnen verwerken (2017, p.75). Binnen de communicatiepraktijk, definieert hij volgende doelgroepen als moeilijk bereikbaar:

mensen in armoede, laaggeletterden, anderstaligen, etnisch-culturele minderheden, hoogbejaarden, jongeren, ouderen, personen met een handicap, alleenstaanden, mensen die zich isoleren van de samenleving, mensen met een bijzonder drukke baan en/of gezinsleven (Goubin, 2017, p75).

In het rapport *Verminderd zelfredzamen ten tijde van rampen en crises: de overheid een zorg?* onderscheidt Het Nederlandse Instituut Fysieke Veiligheid (IFV) 12 verschillende categorieën van verminderd zelfredzamen. Verminderd zelfredzamen zijn voor het IFV personen die “tijdens een crisissituatie niet zelf voor hun ‘veiligheid’ kunnen zorgen en (deels) afhankelijk zijn van hulp van anderen” (2018, p. 9). Of iemand al dan niet verminderd zelfredzaam is, bepaalt het IFV op basis van “de mobiliteit van de persoon, de mate waarin de persoon inzicht heeft in een gevaarlijke situatie [en] de handelingsbekwaamheid van de persoon bij gevaar” (2018, p. 9). Aan de hand van die criteria, identificeren zij de volgende categorieën:

- Ouderen > 65 jaar
- Kinderen < 12 jaar
- Personen met een lichamelijke beperking
- Personen met een cognitieve en/of neurologische beperking
- Personen met een psychische beperking
- Personen met een auditieve beperking
- Personen met een visuele beperking
- Personen met een tijdelijke beperking
- Personen met een taalbarrière
- Toeristen
- Gedetineerden/personen in een gesloten inrichting
- Bewoners van een zorginstelling (IFV, 2018, p.9)

Daarnaast kan, volgens het IFV, de mate van zelfredzaamheid nog verder beïnvloed worden door:

- Een lage sociaaleconomische status
- Ondersteuning vanuit de zorg
- Ondersteuning vanuit de overheid
- Het sociale netwerk
- De woonsituatie
- De context van de crisissituatie
- Het doenvermogen
- Informatie- en digitale vaardigheden
- Technologische ontwikkelingen (2018, p. 13)

Het IFV baseerde zich voor hun categorisatie op het onderzoek *Het alarmeren en informeren van kwetsbare groepen bij crisissituaties* van de Universiteit van Twente. De onderzoekers Stel,

Ketelaar, Gutteling, Giebels & Kerstholt onderscheiden volgende hoofdcategorieën: mensen met een auditieve, visuele, spraak, cognitieve en/of neurologische en tijdelijke beperking, ouderen, kinderen (met name jonger dan 12 jaar), mensen met een taalbarrière (analfabeten, laaggeletterden, toeristen en migranten), mensen met een lage sociaaleconomische status, sociaal geïsoleerden en gevangenen (2017, p. 6)

Een ander rapport van Kerstin Dressel en Patricia Pfeil, onderzoekers bij het Sine-Instituut te Munich, besluit dan weer dat crisiscommunicatoren extra aandacht zouden moeten besteden aan:

mensen met een beperking of oudere personen die alleen wonen, mensen met een taalbeperking (inclusief migranten en toeristen); en families omdat we [i.e. Dressel en Pfeil] bewijs hebben dat in het bijzonder families met kleine kinderen speciale noden hebben in noodsituaties, omdat ouders en kinderen zich vaak niet op dezelfde plaats bevinden (2014, p. 18)

Hoewel er verschillende overlappings zijn tussen deze lijsten van definities en doelgroepen, lijkt het moeilijk om tot een eenduidige definitie en/of een exhaustieve lijst van aandachtsgroepen te komen. Bovendien zullen kwetsbare doelgroepen in noodsituaties erg afhankelijk zijn van verschillende variabele factoren, bv. een ontploffing op de grote markt van Brussel (mensen met een taalbarrière, daklozen, ...) vs. een brand in de nabijheid van een woonzorgcentrum (mensen met een beperking, ouderen, ...). Wie volledig zelfredzaam is in één situatie, kan eveneens verminderd zelfredzaam zijn bij een andere gebeurtenis, afhankelijk van de toegang tot en het begrip van bepaalde boodschappen, bijvoorbeeld bij een storing van het telefoonnetwerk of op reis in het buitenland. Daarom kies ik ervoor om in deze thesis niet te vertrekken vanuit de doelgroep(en), maar vanuit het type communicatie. Door respectievelijk de focus te leggen op het kanaal, de taal en de inhoud van reflexcommunicatie, hoop ik generieke aanbevelingen te formuleren die de algemene toegankelijkheid van de communicatie verbeteren.

1.3. Inclusieve reflexcommunicatie als focus

Inclusieve communicatie, ook wel diversiteitscommunicatie, staat voor communicatie die zo breed en zo toegankelijk mogelijk wil zijn. De combinatie van “sociale inclusie en communicatie” zorgt volgens Eric Goubin voor een dubbele betekenis:

In de enge betekenis van het woord gaat ‘inclusieve communicatie’ over communicatie die zorgt voor ‘insluiting (inclusie) van kansengroepen’. In de brede zin gaat inclusieve communicatie over de organisatie van de communicatie op een manier dat je elke doelgroep en zelfs elk individu bereikt (2017, p. 74).

Hij stelt daarbij drie belangrijke invalshoeken vast:

- Elke persoon die informatie zoekt (individu zoekt organisatie), vindt vlot de info die voor haar of hem relevant en bevattelijk is en dit via nabije en makkelijk toegankelijke kanalen.
- Elke organisatie die haar doelgroepen actief wil informeren (organisatie zoekt individu) doet dit met laagdrempelige informatie via een basisset van nabije en gemakkelijk toegankelijke communicatiekanalen. Aanvullend gebruikt een organisatie bijkomende communicatie-instrumenten voor de specifieke doelgroepen waarvan men weet dat men deze onvoldoende bereikt met de basiscommunicatiekanalen.
- Een converserende organisatie ontwikkelt in haar tweerichtingsverkeer een mix van instrumenten die toestaan dat gebruikers op laagdrempelige wijze meldingen, ideeën, evaluatie, feedback, ... kunnen delen (Goubin, 2017, p. 74)

Op basis van deze definitie focus ik in deze thesis op één onderdeel van crisiscommunicatie, nl. reflexcommunicatie, en bekijk ik waar er binnen de bestaande werkwijzen aanpassingen mogelijk zijn om deze eerste communicatie in een noodsituatie toegankelijker te maken en mogelijke drempels te verlagen of weg te nemen. Deze aanpassingen moeten haalbaar zijn binnen de grenzen waarin een discipline 5-verantwoordelijke een reflexcommunicatie moet opstellen en uitsturen.

2. Wat is reflexcommunicatie?

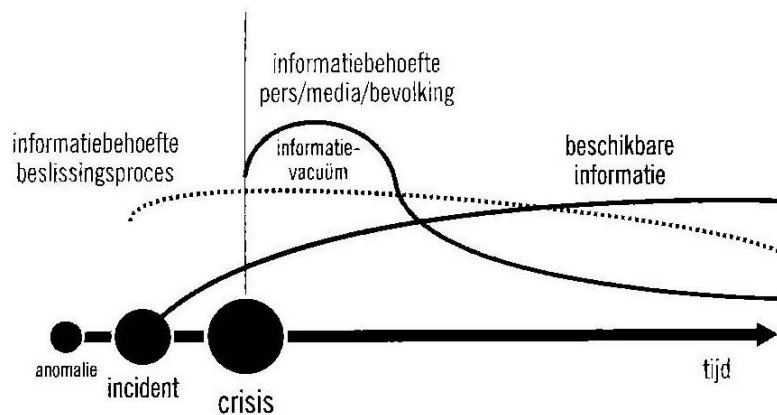
Reflexcommunicatie staat binnen discipline 5 voor de allereerste communicatie in een noodsituatie. Dit type communicatie wijkt op heel wat aspecten af van traditionele communicatie en zelfs van crisiscommunicatie in een later stadium. Om te bestuderen hoe deze communicatie inclusiever kan, is het noodzakelijk om de karakteristieken van reflexcommunicatie in detail te bekijken.

2.1. Tijdstip: pre - crisis - post

Tijd – oftewel het gebrek eraan – is misschien wel de belangrijkste eigenschap van reflexcommunicatie. Discipline 5 werkt tegen de klok om de eerste communicatie buiten te krijgen. Waar binnen de sector nog regelmatig gesproken wordt over ‘the golden hour’ – i.e. het eerste uur na het uitbreken van de noodsituatie waarbinnen er moet gecommuniceerd worden –, zijn vele collega’s in het werkveld erover eens: één uur is in veel situaties te traag. Voor discipline 5 gaat het erom om zichzelf zo snel mogelijk te positioneren als officiële en betrouwbare bron binnen de verschillende informatiestromen die op gang komen (pers,

ooggetuigen, omwonenden, ...). Dit brengt bepaalde uitdagingen met zich mee. Door de strakke tijdsspanne is er geen tijd om de boodschap en/of kanalen in detail te analyseren, uit te testen, feedback te krijgen van een testpubliek, nieuwe communicatiemiddelen te ontwikkelen of bestaande te herwerken. De discipline 5-verantwoordelijke moet grotendeels kunnen terugvallen op wat reeds gekend is.

Daarnaast werkt discipline 5 bij de reflexcommunicatie binnen een informatievacuüm.



Figuur 2 – Informatievacuüm. Overgenomen van *Geen commentaar!: communicatie in turbulente tijden*. (p. 42) door Marynissen, H., Pieters, S., van Dorpe, S., van het Erve, A.-M., & Vergeer, F. (2010), Antwerpen: Houtekiet. Copyright 2010 - Houtekiet

Een communicatieverantwoordelijke moet werken met de weinige informatie die op dat moment beschikbaar is om de buitenwereld te informeren. Een noodsituatie laat zich bovendien slecht voorspellen. Reflexcommunicatie op voorhand voorbereiden – e.g. standaardzinnen uitwerken -, kan enige tijd winnen, maar de boodschap zal nog steeds aangepast moeten worden aan de situatie en de beschikbare informatie op dat moment. Flexibiliteit is en blijft dus noodzakelijk. Ten slotte moet reflexcommunicatie snel kunnen worden uitgestuurd met de middelen die op dat moment beschikbaar zijn. Dat betekent dat de keuzemogelijkheid aan boodschappen of kanalen opnieuw beperkt is. Een (vertaalde) brochure of een aangepaste animatievideo met ondertitels zijn op het moment van reflexcommunicatie geen optie.

2.2. Zender

Bij reflexcommunicatie is de zender discipline 5, i.e. de verantwoordelijke voor informatie aan de bevolking¹. Voor het doel van deze thesis vernauw ik discipline 5 tot de communicatie-

¹ Ik beperk me in deze thesis tot overheidscommunicatie. Crisiscommunicatie binnen een bedrijf of organisatie omvat ook reflexcommunicatie. Vele adviezen vanuit deze thesis zullen ook daarop van toepassing zijn. Toch heeft overheidscommunicatie een aantal bijzonderheden, bv. verplichtingen binnen de taalwetgeving of het beschikken over eigen

verantwoordelijke. Elke hulpverlener kan de rol ‘informatie aan de bevolking’ op zich nemen, als hij/zij het eerste contact is met betrokken burgers of buurtbewoners. Maar het betreft hier dan meestal een één-op-één communicatie, die face-to-face verloopt. Om dit type communicatie inclusief te laten verlopen gelden een heleboel andere regels, dan bij een massacommunicatie via tussenkanalen. Daarom hou ik dit buiten de scope van mijn thesis. Binnen de zorgsector² en andere publieke dienstverleningen³ bestaan er echter verschillende waardevolle initiatieven en adviezen om bv. gesprekken tussen een patiënt en een dokter of tussen een burger en een baliemedewerker toegankelijker te maken, al dan niet mits het gebruik van hulpmiddelen, zoals visualisaties of applicaties.

Als de communicatieverantwoordelijke van de bevoegde overheid de zender is, is het ook belangrijk om even stil te staan bij het profiel van die persoon. In 2016 deden Katarina Panic, Petra Vijncke en Machteld Weyts van de Arteveldehogeschool een grootschalige enquête waarin ze 303 Nederlandstalige communicatieverantwoordelijken bij overheidsinstanties van alle bestuursniveau bevroegen over hun relatie met etnisch-culturele diversiteit. Uit de resultaten blijkt dat 93.7% van de respondenten hoogopgeleid is en dus een universitair of hogeschooldiploma heeft (2017, p.39). Amper 5% heeft een migratieachtergrond – i.e. is zelf geboren in het buitenland, of één ouder die in het buitenland geboren is (2017, p.41). 64.4% heeft geen collega met een migratieachtergrond op de dienst en 39.6% van de respondenten gaf aan dat zij geen enkele persoon met een migratieachtergrond binnen de familie of vriendenkring hebben (2017, pp. 41-42). De onderzoekers stellen dan ook een probleem met het eigen referentiekader vast:

Communicatiemedewerkers zijn overwegend zelf ‘blanke Belgen’ en komen soms (zowel op het werk als privé) zelden in contact met mensen die dat niet zijn. Dit maakt het uitzonderlijk moeilijk om zich in te leven in de leefwereld van anderen. (Panik K, Vijncke P, Weyts, M, 2017, p.59)

De vijf voornaamste redenen die de communicatieambtenaren naar voren schuiven als drempels om met diverse doelgroepen te communiceren zijn: de taalbarrière, het vermogen om zich in te leven in die doelgroep, het gebrek aan kennis van de leefwereld van de andere, de moeilijkheden om ze te bereiken en de grote diversiteit binnen de doelgroep (Panik et.al., 2017, p. 25). De

kanalen zoals BE-Alert. Daarom vallen enkel officiële overheidsinstanties, zoals een gemeente, provincie, het Nationaal Crisiscentrum, een brandweer- of politiezone, binnen de scope van deze thesis.

² Een voorbeeld is de toolkit ‘Heerlijk Helder in de Zorg. Laagdrempelige, inclusieve zorgcommunicatie.’ van Leen Haesaert.

³ Voor meer informatie omtrent dit onderwerp, lees:

Koen Kerremans, Laurent-Philippe De Ryck, Vanessa De Tobel, Rudi Janssens, Pascal Rillof & Marianne Scheppers (2018) Bridging the Communication Gap in Multilingual Service Encounters: A Brussels Case Study, *The European Legacy*, 23:7-8, 757-772, DOI: 10.1080/10848770.2018.1492811

enquête polst enkel naar ethische-culturele diversiteit, maar geeft wel aan dat de gemiddelde communicatiemedewerker een vrij gelijklopend profiel heeft, nl. hoogopgeleid⁴ en blank. Crisiscommunicatie maakt het bovendien nog moeilijker om buiten de eigen leefwereld te treden. Zoals reeds aangehaald ontbreken zowel de tijd als de middelen om communicatiemateriaal op het moment zelf af te toetsen met verschillende doelgroepen, die niet tot het eigen referentiekader behoren.

2.3. Boodschap

Om de boodschap van de reflexcommunicatie te bepalen, volgt discipline 5 het geheugensteuntje: ‘we know, we do, we care, we’ll be back’. De boodschap bestaat dus uit informatie over de noodsituatie, handelsadviezen, empathie en een verwijzing naar (andere) kanalen met (meer) informatie of een tijdsindicatie wanneer er verdere informatie beschikbaar zal zijn. Afhankelijk van de noodsituatie, zal het doel van reflexcommunicatie ofwel alarmeren ofwel informeren zijn. De brochure *Alarmeren om levens te redden. Strategie, boodschappen en kanalen om de bevolking in het kader van noodsituaties te alarmeren* van het Nationaal Crisiscentrum (NCCN) definieert alarmeren en informeren als volgt:

Alarmeren: tijdens een noodsituatie een kort signaal (tekstsignaal, visueel signaal en/of geluidssignaal) verspreiden, om snel (re)acties bij de rechtstreeks betrokken bevolking (in de nabijheid van de noodsituatie) op te wekken.

Informeren: duidelijke en geactualiseerde informatie over (en tijdens) de noodsituatie doorgeven aan de (on)rechtstreeks betrokken bevolking (en/of aan bepaalde geïdentificeerde doelgroepen). (2017, p. 3)

Bij alarmeren ligt de nadruk op ‘we do’ en de handelsperspectieven (bv. ramen en deuren sluiten, schuilen), bij informeren gaat de aandacht naar het aspect ‘we know’ (aard van de noodsituatie, verwachte impact bij bv. een elektriciteitspanne). Zeker bij het eerste type bevat reflexcommunicatie dus cruciale informatie, die in extreme gevallen zelfs een dodelijke impact kan hebben als de burger ze niet (correct) ontvangt. Tevens verlicht reflexcommunicatie het werk van de hulpdiensten als burgers voor hun eigen veiligheid kunnen zorgen, door op basis van de ontvangen boodschap de juiste reflexen te stellen. Net daarom is het belangrijk om deze communicatie zo inclusief mogelijk te maken.

⁴ In het onderzoek van Jasmien O “De rol van discipline 5 op gemeentelijk niveau en de mogelijkheden tot professionalisering” wordt ook gepeild naar opleidingsniveau. Uit deze resultaten blijkt dat 52% van D5-verantwoordelijken beschikt over een universitair diploma en 43% over een diploma hoger onderwijs, niet-universitair (O, 2019, p. 24).

2.4. Middelen

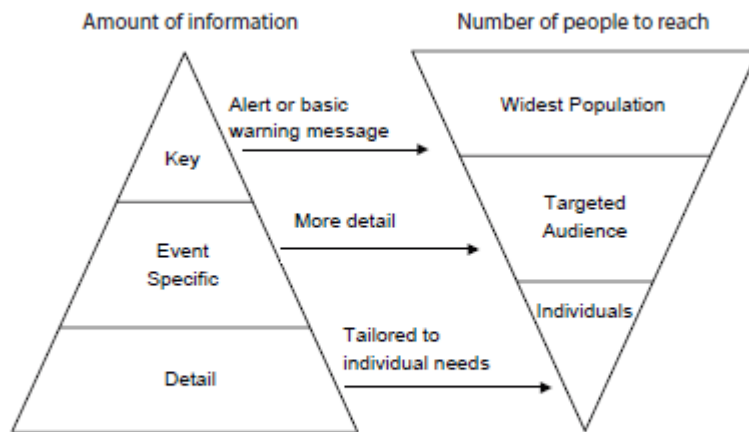
Qua middelen zal een D5-verantwoordelijke bij het uitsturen van een reflexcommunicatie terugvallen op bestaande kanalen die gemakkelijk in gebruik zijn en – indien nodig – vanop afstand kunnen ingezet worden. Sociale media zijn meestal eerst aan zet⁵: Twitter en Facebook zijn handig in gebruik en garanderen over het algemeen een groot bereik. Ook op de website van de betrokken overheid kan een kort bericht komen. Daarnaast is er BE-Alert, de alarmeringstool waarmee de overheid burgers een sms, e-mail of gesproken oproep kan sturen in een noodsituatie. Dit kan zowel op basis van adres (preregistratie door de burger op www.be-alert.be) als op basis van aanwezigheid in een zone (enkel via sms, connectie met de zendmasten). In het eerste uur kunnen ook journalisten worden ingeschakeld om het nieuws via radio, tv of nieuwswebsites te verspreiden. Ten slotte kunnen ook deur-aan-deurverwittiging en luidsprekers van de politie ingezet worden om bewoners te alarmeren, maar die laat ik zoals eerder aangegeven binnen deze thesis (grotendeels) buiten beschouwing.

Alarmeren of informeren als doel duidt op een one-way communicatie, van de betrokken overheid naar de burger. Omwille van de beperkte tijd waarin de reflexcommunicatie moet worden opgemaakt en uitgestuurd, is communiceren - i.e. two-way communicatie - hier nog niet aan de orde. Dit kan volgen in een latere fase van de crisiscommunicatie in de vorm van bv. een informatienummer, een informatiesessie, een persmoment of webcare. Voor verschillende van deze kanalen zijn ook een activatieperiode en toestemming – en/of aanwezigheid - van de bevoegde burgemeester, gouverneur of minister nodig, wat dus tijd vraagt. Bovendien zullen deze kanalen vaak pas ingezet worden na een omgevingsanalyse om de perceptie en de informatiebehoefte van de bevolking in te schatten.

2.5. Ontvanger

De ontvanger van reflexcommunicatie is ‘de burger’. Reflexcommunicatie is een one-to-many communicatie, waarmee de D5-verantwoordelijke zo snel mogelijk, zo veel mogelijk personen wil bereiken. Dit aspect van massacommunicatie maakt dat één boodschap vaak zal moeten gelden voor een grote, heterogene groep personen. De Cabinet Office van het Verenigd Koninkrijk geeft in hun *Emergency Preparedness: Guidance on part 1 of the Civil Contingencies Act 2004* volgend schema weer.

⁵ Op basis van eigen ervaringen, opleidingen en contacten met collega's uit de sector.



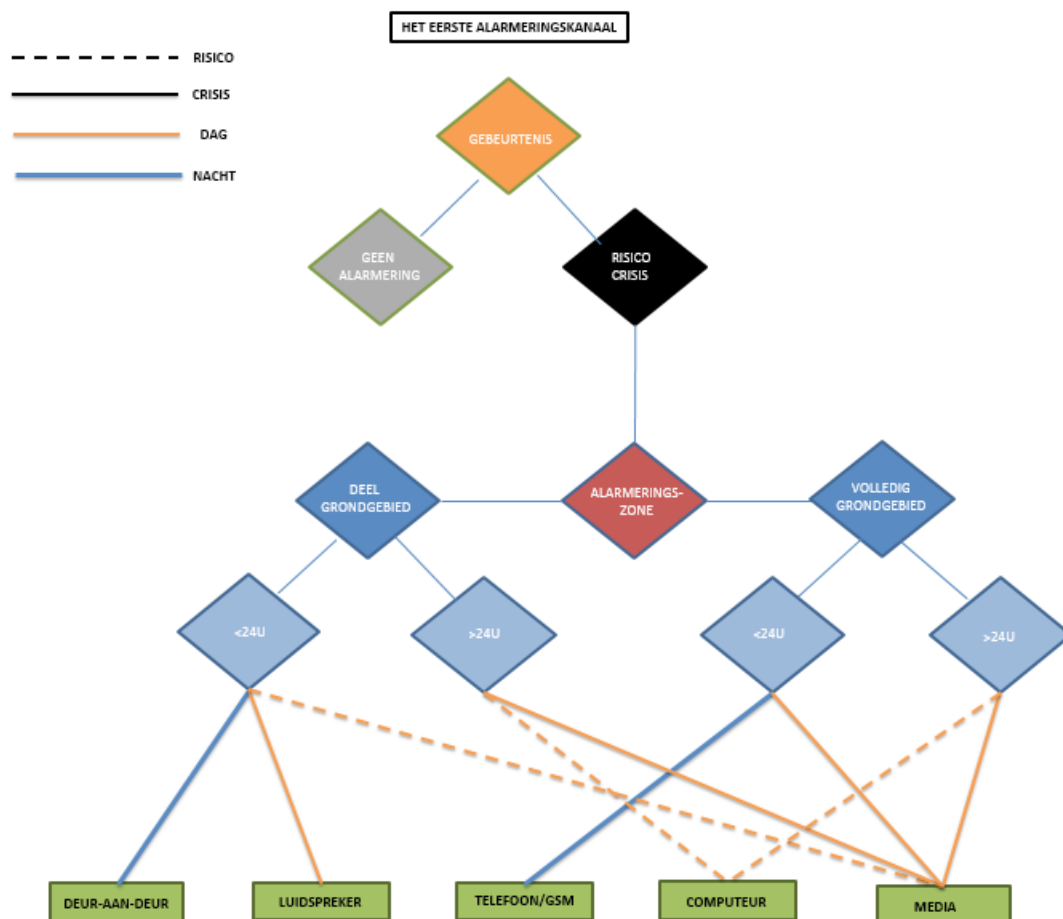
Informing and advising

Figuur 3 - Informing and advising. Overgenomen van Chapter 7: Communicating with the Public. In Cabinet Office (Red.), *Emergency Preparedness: Guidance on part 1 of the Civil Contingencies Act 2004*. (p. 19). Geraadpleegd van <https://www.gov.uk/government/publications/emergency-preparedness>

In de waarschuwings- of informatiefase communiceert discipline 5 dus naar het breedste publiek mogelijk. Daarna zal er beetje bij beetje kunnen toegespitst worden op verschillende groepen en zelfs op individuen.

1. Inclusiviteit huidige kanalen

Zoals aangegeven, is bij reflexcommunicatie de keuze van kanalen beperkt, omwille van de beperkte tijdsspanne waarin deze kanalen moeten ingezet worden. De brochure *Alarmeren om levens te redden* lijst de volgende mogelijke kanalen op: media (o.a. radio, tv), telefoons, computers (o.a. sociale media, e-mail), luidsprekers en elektronische panelen⁶ (Nationaal Crisiscentrum - NCCN, 2017, p.13). Afhankelijk van het tijdstip van alarmering, de soort gebeurtenis, de zone, de betrokken bevolking en de beschikbare termijn, kan een bepaald kanaal de voorkeur krijgen.



Figuur 4 - Het eerste alarmeringskanaal. Overgenomen van *Alarmeren om levens te redden. Strategie, boodschappen en kanalen om de bevolking in het kader van noodsituaties te alarmeren.* (p. 22), door Nationaal Crisiscentrum – NCCN, 2017, Brussel: Federale Overheidsdienst Binnenlandse Zaken. Copyright 2017 - NCCN.

⁶ De brochure spreekt ook nog over de sirenes, maar die zijn sinds januari 2018 niet meer in gebruik

1.1. Traditionele media

Volgens bovenstaande grafiek worden (traditionele) media, ten opzichte van andere kanalen, in de meeste situaties aanbevolen als eerste alarmeringskanaal. Traditionele media kunnen via goede contacten met journalisten vaak erg snel ingezet worden⁷. Het bereik van deze nieuwsmedia blijft volgens de statistieken hoog scoren. Uit de Imec.Digimeter 2019, die de digitale mediatrends in Vlaanderen meet, blijkt dat 88% van de Vlamingen dagelijks het nieuws volgt, via eender welk toestel (Vandendriessche & De Marez, 2020, p. 69). Voor de leeftijdscategorie 65+ loopt dit zelfs op tot 95% (Vandendriessche & De Marez, 2020, p. 69). De jongeren (16-24 jaar) bengelen eerder onderaan: van deze leeftijdscategorie volgt 64% dagelijks het nieuws op (Vandendriessche & De Marez, 2020, p. 69). Ook de traditionele kanalen blijven relevant: 55% luistert het nieuws via radio, 59% kijkt naar het journaal op nationale tv en 17% op regionale tv (Vandendriessche & De Marez, 2020, p. 69). Daarnaast blijft ook 54% op de hoogte via smartphone, 39% via computer, 22% via tablet en 14% via Apps op Smart TV (Vandendriessche & De Marez, 2020, p. 70). Binnen de digitale media scoren de nieuwswebsites het hoogst: 67% van de Vlamingen surft actief naar websites als www.demorgen.be of www.hln.be (Vandendriessche & De Marez, 2020, p. 75). Bij de ouderen is er zelfs een significante stijging van 5% voor de leeftijdscategorie 55-64 en 23% voor 65+ ers ten opzichte van 2017 in het consulteren van nieuwswebsites. Andere veelgebruikte digitale kanalen zijn: sociale media (61 %), algemene zoekmachine (57 %) en apps van de nieuwsmedia (38%) (Vandendriessche & De Marez, 2020, p. 75). Dus, hoewel er de laatste jaren grote dalingen merkbaar zijn in het gebruik van traditionele media(kanalen), blijft dit medium toch nog steeds een enorme impact en bereik te hebben⁸.

De inclusiviteit van traditionele media meten, vergt wat zoekwerk. De statistieken uit de Digimeter 2019 zijn gebaseerd op een bevraging van “een representatief staal van minstens 1500 inwoners van Vlaanderen van minstens 16 jaar” (Vandendriessche & De Marez, 2020, p.11). Om de enquête voldoende representatief te maken, werd een quota toegepast op vier criteria “provincie, geslacht, leeftijd (16+) en opleidingsniveau” (Vandendriessche & De Marez, 2020, p.11). Wat betreft personen met een taalbarrière, handicap, andere nationaliteit, cognitieve beperking, e.a. is er dus geen weet of zij onder de respondenten vertegenwoordigd waren en of hoe zij scoorden. Stel et. al. deden hier wel onderzoek naar. Voor hun onderzoek

⁷ Het Nationaal Crisiscentrum en de Federale Diensten van de Gouverneur beschikken bijvoorbeeld over Belga Crisis Alert, een tool om snel en rechtstreeks met journalisten te communiceren bij crisis.

⁸ Voor een vergelijking met de digitale nieuwconsumptie in 2015, 2016, 2017, 2018: zie Imec.Digimeter 2019.

Het alarmeren en informeren van kwetsbare groepen bij crisissituaties bevroegen zij in 2017 64 personen uit de vier kwetsbare doelgroepen die zij naar voren schuiven, nl. mensen met een beperking, ouderen, kinderen en mensen met een taalbarrière. Bij elke doelgroep werden radio en/of tv genoemd als een kanaal waarlangs ze bereikt kunnen worden. Voor ouderen, analfabeten en laaggeletterden komt enkel tv als traditioneel medium eruit.

Tabel 7. *Overzicht van door welke communicatiekanalen de groepen met name goed bereikt worden en van het begrip van waarschuwingen.*

Focusgroepen		Bereik	Begrip
Mensen met een beperking	Doven & slechthorenden	tv, internet	Verminderd
	Blinden & slechtzienden	sirene, radio, tv, social media, internet, mensen	Goed
	Cognitief & neurologisch	NL-Alert, sirene, radio, tv, social media, internet	Goed
Ouderen	(65 jaar en ouder)	sirene, tv, mensen	Goed
Kinderen	(12-18 jaar)	NL-Alert, sirene, radio, tv, social media, internet, mensen	Goed
Mensen met een taalbarrière	Analfabeten & laaggeletterden	NL-Alert, sirene, tv	Verminderd
	Toeristen & migranten	tv, social media, internet	Geen

Figuur 5 - Overzicht van door welke communicatiekanalen de groepen met name goed bereikt worden en van het begrip van waarschuwingen. Overgenomen van *Het alarmeren en informeren van kwetsbare groepen bij crisissituaties*. (p. 100), door Stel, M., Ketelaar, D., Gutteling, J., Giebels, E., & Kerstholt, J., 2017, Enschede: Wetenschappelijk Onderzoek- en Documentatiecentrum, Universiteit Twente, Vakgroep Psychologie van Conflict, Risico en Veiligheid. Copyright 2017 - Stel, M., Ketelaar, D., Gutteling, J., Giebels, E., & Kerstholt, J.

Hier moet wel de kanttekening geplaatst worden dat 64 respondenten (+- 8 per subgroep) moeilijk als representatief kan gezien worden voor een hele bevolkingsgroep.

Ook omtrent het mediagebruik van personen met een andere nationaliteit of herkomst is er onderzoek beschikbaar. In het boek *Etnomarketing. Het vertrouwen van de nieuwe consument*. schrijft Rachid Lamrabat :

Allochtonen houden contact met het thuisland via de media. De reden is eenvoudig: men wil bij zijn/haar land horen, de actualiteit daar volgen maar ook de band met de taal en de cultuur onderhouden en versterken. Een andere reden voor deze keuze is de representatie van de allochtonen in lokale media. [...] Marokkaanse en Turkse Vlamingen ervaren bovendien een gebrek aan verscheidenheid en herkenbaarheid (van presentatoren, van mensen die inbellen). Dat zorgt ervoor dat Vlaamse media vaak de connotatie ‘typisch Vlaams’ meekrijgen. Slechts een kwart van de jongere allochtonen kijkt geregeld naar Belgische tv-zenders. Maar dat betekent niet dat moslims geen voorkeur hebben. Zo worden de Vlaamse televisiezenders Eén en Canvas als kwalitatief sterk beschouwd, maar soms intellectueel zwaar.

[...] VTM, VIER en het vroeger 2BE worden gezien als ‘lean back’ zenders, die voor ontspanning zorgen (2017, pp. 120-121)

Hij baseert zijn bevindingen op een trendrapport naar het mediagebruik van nieuwe Belgen, dat in 2014 werd uitgevoerd door zijn communicatiebureau Are&Are⁹. Een grootschalig onderzoek uit 2016 naar het mediagedrag van Nieuwe Nederlanders van het onderzoeksbureau Motivaction komt grotendeels tot dezelfde conclusie, nl. dat nieuwe Nederlanders vaak buitenlandse televisie verkiezen. Alleen blijkt wel dat er grote verschillen zijn tussen de verschillende nationaliteiten. 61% van de kijktijd van Nieuwe Nederlanders van Turkse afkomst gaat naar buitenlandse televisie, ten opzichte van 42% van de kijktijd van Nieuwe Nederlanders van Marokkaanse afkomst, 19% van zij van Surinaamse afkomst, 7% van zij van Antilliaanse afkomst en 69% van zij van Poolse afkomst (Moha & Romer, 2016). Over het algemeen observeren de onderzoekers dat “buitenlandse nieuwsbronnen geregeld meer werden vertrouwd dan Nederlandse [media, omdat deze] onvoldoende [aansluiten] op de belevingswereld van Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en Antilliaanse Nederlanders” (Moha & Romer, 2016, p. 11).

Discipline 5 heeft uiteraard weinig invloed op de toegankelijkheid van de traditionele mediakanalen. De grote nieuwsmidia nemen zelf verschillende initiatieven om hun aanbod inclusiever te maken. Als publieke omroep heeft VRT een Charter Diversiteit. Zij streven ernaar om “de samenleving [te laten zien] zoals ze is en [...] voor iedereen toegankelijk te zijn” (VRT, 2017). Naast diversiteit op het scherm, zorgen zij er ook voor dat hun aanbod beschikbaar is voor iedereen. Voorbeelden zijn audiodescriptie, (gesproken) ondertiteling en uitzendingen met Vlaamse Gebarentaal (VGT) (VRT, z.d.-a). Dit zijn hulpmiddelen waar discipline 5 vaak zelf niet op kan steunen, omwille van beperkte tijd en middelen¹⁰. Ook het aanbod van VRT via website of app, houdt rekening met de digitale toegankelijkheidsvoorwaarden (VRT, z.d.-a). Over de actiepunten van het Mediahuis met betrekking tot toegankelijkheid is weinig informatie te vinden. Wel bestaat er een *Besluit van de Vlaamse Regering betreffende de vastlegging van een tijdspad en quota voor het toegankelijk maken van omroepprogramma's en betreffende het verstrekken van subsidies ter uitvoering van artikel 151 van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie*. Dat besluit stelt dat private televisieomroeporganisaties voor de programma's die “een marktaandeel hebben van 30% of meer” aan volgende voorwaarden moeten voorzien:

⁹ De volledige resultaten van dit trendrapport zijn helaas niet publiek toegankelijk.

¹⁰ Het gebruik van (Vlaamse) gebarentaal binnen discipline 5 komt later nog aan bod.

- 1° 80 % van alle zendtijd die besteed wordt aan programma's ondertitelen tussen 13 uur en 24 uur;
 - 2° een compatibel signaal voor auditieve ondertiteling uitsturen;
 - [...]
 - 4° het hoofdjournaal toegankelijk maken door middel van Vlaamse Gebarentaal.
- (Vlaamse Overheid, 2012)

Op 8 augustus 2019 vond er een overleg plaats tussen de organisatie Doof Vlaanderen en het Nationaal Crisiscentrum, om een samenwerking binnen crisiscommunicatie te bespreken. Medewerker Timothy Rowies merkte tijdens dit overleg op dat het hoofdjournaal met VGT voor Doof Vlaanderen geen volwaardige informatiebron is. Deze kritiek is ook terug te vinden in de nota *VGT op de VRT. Nota n.a.v. Beheersovereenkomst 2016-2020* opgesteld door Fevlado vzw, de Adviescommissie Vlaamse Gebarentaal en het Vlaams GebarentaalCentrum vzw. Naast het feit dat enkel het journaal om 19u in VGT wordt aangeboden, bekritisieren zij dat dit live enkel via het internet en pas in een later stadium via (digitale) televisie beschikbaar is¹¹ (Fevlado vzw, Adviescommissie Vlaamse Gebarentaal, & Vlaams GebarentaalCentrum vzw, z.d.). Zo worden, volgens hen, “Vlaamse gebarentalige senioren die mogelijk toegang vinden tot nieuwe technologische kanalen en diensten, waaronder digitale diensten” reeds uitgesloten (Fevlado vzw et al., z.d., p. 12). Bovendien wordt het journaal getolkt door horende tolken, i.e. personen die VGT als tweede taal leren, waardoor het kwaliteitsniveau niet naar behoren is (Fevlado vzw et al., z.d.). In noodsituaties kan dit dus geen volwaardig alternatief zijn om te alarmeren of te informeren.

Ondanks een daling tegenover vorige jaren, blijven traditionele media een hoog bereik hebben, zeker bij 65+'ers. Om nieuwe Belgen of dove personen te bereiken is de inzet van traditionele media onvoldoende.

¹¹ Op de website van de VRT staat te lezen: “Het journaal van 19 uur is te bekijken met VGT om 20.15 u op het kanaal van Ketnet. Als er op het derde kanaal live uitzendingen van sport of culturele evenementen zijn, wordt de uitzending met VGT verschoven naar een later uur.” (z.d.-a)

1.2. Sociale media

Naast traditionele media, scoren ook sociale media hoog in bereik. Uit de statistieken van Digital 2020 blijkt dat er 7,5 miljoen, oftewel 65% van de Belgische bevolking, actief zijn op sociale media (We are social & Hootsuite, 2020). Facebook (80%) en YouTube (79%) zijn de grootste kanalen, Instagram (50%) en Twitter (25%) hinken achterop (We are social & Hootsuite, 2020). Ook de Imec.Digimeter 2019 merkt vergelijkbare resultaten in Vlaanderen: 91% gebruikt maandelijks sociale media, waarvan 78% op Facebook zitten, 66% op Youtube en 44% op Instagram (Vandendriessche & De Marez, 2020, p. 32). Slechts 21% maakt gebruik van Twitter (Vandendriessche & De Marez, 2020, p. 32). Opgedeeld in leeftijdscategorieën, blijkt dat 90% van de 16-24-jarigen, 88% van de 25-34-jarigen, 79% van de 35-44-jarigen, 79% van de 45-54-jarigen, 73% van de 55-64-jarigen en 67% van de 65+'ers een Facebookprofiel heeft (Vandendriessche & De Marez, 2020, p. 36).

Ook voor sociale media zijn er enkele cijfers met betrekking rond diversiteit beschikbaar. Als we terugkeren naar het onderzoek van Stel et al. (figuur 5, p. 17), dan geven verschillende doelgroepen aan dat ze informatie zouden zoeken via sociale media, met name mensen met een beperking, kinderen (12 – 18 jaar), toeristen en migranten. De cijfers van de Imec.Digimeter beamen deels de populariteit van sociale media bij jongeren, hoewel in de Digimeter de jongste leeftijdscategorie pas start van 16 jaar. Ook etnisch-culturele minderheden lijken sterk vertegenwoordigd op sociale media. Volgens Eric Goubin wordt “het internetgebruik van etnisch-culturele minderheden [...] meer dan eens onderschat door de beleids- en communicatiemensen. Toch is ook hier de overgrote meerderheid van de mensen online, met een sterke activiteit op sociale media.” (2017, p. 106). Ook het onderzoek van Motivaction naar het mediagebruik van Nieuwe Nederlanders bevestigt deze stelling:

Het zal u niet verbazen dat het gebruik van sociale media ook onder Nieuwe Nederlanders intensief is geworden. [...] Via sociale media komt men immers relatief snel in netwerken van vrienden met dezelfde 'roots'. Dat kan versterkend werken op het bewustzijn van de eigen achtergrond. (Moha & Romer, 2016, p.12)

De onderzoekers concluderen dat wie Nieuwe Nederlanders wil bereiken, best “in toenemende mate profileringstechnieken via sociale en andere online media [gebruikt]” (Moha & Romer, 2016, p. 12). Volgens Rachid Lamrabet zijn jongeren met buitenlandse roots zelfs actiever op sociale media dan autochtone Belgen:

Op Facebook bedraagt het verschil zelfs 6 procentpunten (82 procent bij de allochtone jongeren tegenover 76 procent bij de autochtone jongeren). Sociale media zijn een ontmoetingsplaats waar men met vrienden

en kennissen kan chatten. Voor velen zijn socialnetwerksites bovendien een plaats om aan ‘bridging’ te doen. Via het onlinenetwerk zal de allochtone jongere proberen om uit de vicieuze cirkel van zijn economisch homogeen netwerk te geraken, om zo in contact te komen met anderen. (2017, p. 121)

Qua sociale media-gebruik lijkt er dus weinig onderscheid in diversiteit.

In 2013 deden John T Morris, James L Mueller en Michael L Jones onderzoek naar het gebruik van sociale media tijdens noodsituaties door mensen met een handicap in de Verenigde Staten. Zij merkten eveneens op dat er in het algemeen gebruik van sociale media (buiten crisistijd) weinig verschil bestond tussen mensen met een handicap en de algemene bevolking (Morris, Mueller, & Jones, 2014).

Table 3. Percentage of respondents who use social media and online communities, by age.

	Emergency Communications Survey*	Pew Social Networking Survey 2013†
18–29	89%	89%
30–49	84%	78%
50–64	73%	60%
65 and older	58%	43%

* Percentages reported for all respondents with at least one of the disabilities listed in Table 1. Sample was weighted by income to match distribution of income for these age ranges in the American Community Survey sample for people with disabilities.

† Percentage of internet users who also use social media.

Figuur 6 - Percentage of respondents who use social media and online communities, by age. Overgenomen van *Use of Social Media During Public Emergencies by People with Disabilities*. (p. 570), door Morris, J., Mueller, J., & Jones, M., 2014, *Western Journal of Emergency Medicine*, 15(5), 567–574. Copyright 2014 - Morris, J., Mueller, J., & Jones, M.

Wanneer ze personen met een handicap specifiek vroegen naar kanalen die zij zouden gebruiken om informatie over een noodsituatie te ontvangen, te verifiëren en te delen, scoorde sociale media heel wat lager - respectievelijk 18%, 12% en 13% (Morris et al., 2014, p. 571). Maar ook hier is echter geen opmerkelijk verschil te meten met de algemene bevolking: twee vergelijkbare studies toonden aan dat 17%-19% sociale media zouden gebruiken om informatie in te winnen tijdens een noodsituatie¹² (Morris et al., 2014, p. 571). Er is dus geen kloof te merken in het sociale media gebruik van mensen met een handicap en de algemene bevolking – zowel tijdens een crisis als buiten crisistijd. De onderzoekers maakten ook een onderscheid

¹² Deze survey werd afgenomen in 2012-2013. Sinds toen is het gebruik van sociale media (ook tijdens noodsituaties) steeds gestegen.

tussen de verschillende soorten handicaps. Hoewel de percentages zeer dicht bij elkaar liggen, blijkt wel dat zij die moeite hebben met horen – en zeker zij die doof zijn - of spreken het meest terugvallen op sociale media als alarmeringskanaal. Personen met een fysieke handicap kiezen eerder voor andere informatiekanaalen (Morris et al., 2014, p. 572).

Table 6. Percentage of each disability group that received, verified, or shared their most recent public alert via social media.

	Hearing	Seeing	Thinking	Speaking	Walking, reaching, etc.
Received	21%	19%	19%	21%	15%
Verified	14%	12%	10%	15%	10%
Shared	12%	13%	16%	18%	10%

Table 7. Percentage of respondents with vision and hearing loss received, verified, or shared most recent public alert via social media.

	Difficulty seeing			Difficulty hearing		
	Low vision	Blind	Chi-square p-value	Hard of hearing	Deaf	Chi-square p-value
Received	21%	15%	0.264	15%	27%	0.002
Verified	15%	9%	0.212	11%	17%	0.092
Shared	15%	15%	0.893	8%	15%	0.007

Figuur 7 - Percentage of each disability group that received, verified or shared their most recent public alert via social media / Percentage of respondents with vision and hearing loss received, verified or shared most recent public alert via social media. Overgenomen van *Use of Social Media During Public Emergencies by People with Disabilities*. (p. 572), door Morris, J., Mueller, J., & Jones, M., 2014, *Western Journal of Emergency Medicine*, 15(5), 567–574. Copyright 2014 - Morris, J., Mueller, J., & Jones, M.

Wie correct wil communiceren naar mensen met een handicap via sociale media, moet echter wel rekening houden met enkele toegankelijkheidsregels. Deze regels zorgen ervoor dat personen met een handicap, die vaak gebruikmaken van technologische hulpmiddelen, maar ook ouderen of laagtaalvaardigen de inhoud van berichten op sociale media beter kunnen lezen. Het bedrijf Hootsuite verzamelde enkele handige tips, waaruit ik de belangrijkste selecteerde:

Voor afbeeldingen en videomateriaal

- Voeg steeds een beschrijving toe aan een foto (i.e. alt-tekst). Facebook voegt automatisch een alt-tekst toe, maar geeft ook de optie om die zelf toe te voegen. Op Twitter moet de gebruiker deze optie aanvinken via Instellingen en privacy > Toegankelijkheid > Beschrijvingen van afbeeldingen opstellen. Een goede alt-tekst:
 - Bevat een betekenisvolle beschrijving van de inhoud van de afbeelding.
 - Bevat – indien van toepassing – een letterlijke transcriptie van de tekst die gebruikt wordt in de afbeelding.
 - Bevat niet de woorden “afbeelding van” of “foto van”.

Lees de alt-tekst zelf hardop voor om te horen hoe het klinkt.

- Vermijd om belangrijke informatie enkel en alleen in een afbeelding weer te geven, bv. bij een infographic.
- Let op het kleurcontrast van een afbeelding. Vermijd een combinatie van groen en rood of blauw en geel. Gebruik ook geen kleur om betekenis te geven (bv. in een grafiek of een kaart). Gebruik eerder symbolen, patronen of voeg labels toe.
- Ondertitel video's. Bij gebrek aan de nodige software, kan ondertiteling ook in Facebook zelf toegevoegd worden, na het opladen van de video. Een alternatief kan een transcript met een beschrijving van de video zijn. (Hootsuite, 2019)

Voor tekst (in combinatie met screenreaders)

- Vermijd het gebruik van hoofdletters. Deze zijn slecht leesbaar met een screenreader.
- Gebruik emoji's met mate. Die worden namelijk luidop voorgelezen voor personen die een screenreader gebruiken.
- Gebruik hoofdletters in hashtags, om ze beter leesbaar te maken bv. #BrandWommelgem in plaats van #brandwommelgem.
- Zet alle hashtags of mentions (@) aan het einde. Ook dit helpt de leeservaring met een screenreader. (Hootsuite, 2019)

De meerderheid van deze tips zijn vrij eenvoudig en snel toe te passen, ook in noodsituaties. Het vergt enkel de reflex om deze korte checklist even te overlopen vóór verzending.

Mits enkele aandachtspunten, kunnen sociale media dus ingezet worden voor informatie aan personen met een handicap. Ook etnisch-culturele minderheden en jongeren lijken het best te bereiken via deze kanalen – hoewel evenzeer de oudere generaties steeds sterker vertegenwoordigd zijn op sociale media.

1.3. Online

Volgens de Imec.Digimeter heeft 90% van de Vlaamse bevolking een smartphone, 81% een laptop, 40% een vaste PC en 98% een internetconnectie (Vandendriessche & De Marez, 2020, p. 26). De statistieken die Statbel verzamelt wijken hier lichtjes vanaf. Daaruit blijkt aan dat 92% van de Vlaamse huishoudens over internet beschikt, ten opzichte van 87% van de Waalse huishoudens en 89% van de huishoudens uit het Brussels Hoofdstedelijk Gewest (2020a). Deze

statistieken geven ook een beter inzicht in sociaal-culturele factoren. Daaruit blijkt dat vooral ouderen vanaf 65 jaar (31%), mensen met een lagere geschooldheid (22%) en personen die op inactief staan (24%) aangeven de laatste drie maanden geen gebruik te hebben gemaakt van het internet (Statbel, 2020b). 25% van de ouderen, 18% van de personen met een laag opleidingsniveau en 19% van de personen die op inactief staan geven zelfs aan nog nooit internet gebruikt te hebben. (Statbel, 2020b) Als discipline 5 is het dus belangrijk om stil te staan bij het feit dat, ondanks de enorme groei en mogelijkheden van de digitale kanalen, er nog steeds een percentage mensen is die hier geen toegang toe hebben. Om deze mensen te bereiken is het noodzakelijk om te blijven inzetten op deur-aan-deurverwittiging, luidsprekers en elektronische informatieborden in de straat.

Voor wie wel toegang heeft tot het internet, is een webpagina met de laatste updates uiteraard een goede informatiebron. Het geeft de D5-verantwoordelijke – in tegenstelling tot andere kanalen - ook voldoende ruimte voor uitleg, veel gestelde vragen en fotomateriaal. Maar ook bij web zijn er echter enkele belangrijke regels om ervoor te zorgen dat iedereen de inhoud kan lezen. De Web Content Accessibility Guidelines zijn een reeks richtlijnen

om [het web] toegankelijk [te maken] voor een breder scala van mensen met een handicap, met inbegrip van aanpassingen voor blindheid en slechtziendheid, doofheid en gehoorverlies, beperkte bewegingsvrijheid, spraakgebrek, lichtgevoeligheid en combinaties daarvan, en enkele accommodaties voor leerstoornissen en cognitieve beperkingen. (W3C, 2018)

In 2018 werden de oorspronkelijke richtlijnen WCAG 2.0. – die dateren van 2008 – uitgebreid naar WCAG 2.1. De richtlijnen bevatten zowel technische specificaties als advies voor contentbeheerders. Volgens de Europese richtlijn EU 2016/2102 moeten trouwens alle websites en applicaties van overheidsinstanties voldoen aan deze toegankelijkheidseisen, specifiek aan de WCAG 2.1., niveau AA. Deze regelgeving gaat in vanaf september 2019 voor recente websites en vanaf september 2020 voor oudere websites (Europese Unie, 2016). Deze richtlijn werd op 19 juli 2018 omgezet in een federale “wet inzake toegankelijkheid van de websites en mobiele applicaties van overheidsinstanties”¹³ (Federale overheid, 2018). Toch blijkt uit de toegankelijkheidsmonitor van Anysurfer – een organisatie van Blindenzorg Licht en Liefde vzw die toeziet op toegankelijkheid op het internet – dat er nog veel werk aan de winkel is. Ieder jaar publiceren zij een toegankelijkheidsmonitor. In 2019 analyseerden zij 210 websites en kwamen tot de conclusie dat slechts 22% toegankelijk waren (AnySurfer, 2019). Zij analyseren o.a. of de website volledig raadpleegbaar is via het toetsenbord (zonder muis), of bewegende

¹³ Ook de andere Belgische overheden hebben deze richtlijn omgezet in wetgeving. Voor meer informatie zie: <https://accessibility.belgium.be/nl/beleid>

animaties kunnen worden afgezet, of afbeeldingen een alt-tekst hebben en video's ondertiteld zijn, of de kleurcontrasten goed zitten, of de html-code betekenisvol is, ... (AnySurfer, 2019). Anysurfer reikt ook labels uit aan websites die slagen voor hun kwaliteitscheck¹⁴. 69 websites dragen dat label (AnySurfer, z.d.). Sinds 2 oktober 2019 is er ook de website accessibility.belgium.be, een initiatief van het Belgian Web Accessibility Office (BWAO). BWAO is onderdeel van de Federale Overheidsdienst BOSA en de naam van "een stuurgroep die de vertegenwoordigers verenigt van organisaties verantwoordelijk voor de implementatie van de Webtoegankelijkheidsrichtlijn binnen de verschillende entiteiten binnen het federale België" (BWAO, z.d.). Op 5 september 2019 werd de FOD BOSA namelijk aangesteld als controleorgaan voor digitale toegankelijkheid in het "Koninklijk besluit tot aanduiding van de instantie die toezicht houdt op de toegankelijkheid van websites en mobiele applicaties van overheidsinstanties, en tot vaststelling van de toezichtmethodiek" (Federale Overheid, 2019). Het BWAO staat in voor het "coördineren van de werktuigen, controlemethoden, staalname en rapportering tussen de verschillende entiteiten binnen het federale België [en het delen van informatie en goede praktijken]" (BWAO, z.d.). Hun website bevat kennisartikels en verschillende tools die overheden kunnen helpen om de toegankelijkheid van hun website te checken of een toegankelijkheidsverklaring op te stellen.

Een website(artikel) biedt veel mogelijkheden voor crisiscommunicatie. Het kan een langere tekst, afbeeldingen en/of documenten bevatten en de link kan snel gedeeld worden via verschillende complementaire kanalen. Toch zijn er ook aandachtspunten:

- Ondanks de toenemende digitalisering is er nog steeds een deel mensen die geen toegang heeft tot het internet. Enkel op digitale kanalen rekenen kan dus nooit volledig inclusief zijn. Een aanvullende inzet van luidsprekers of deur-aan-deurverwittiging blijft noodzakelijk.
- Een website moet aan de verschillende toegankelijkheidsnormen voldoen, zodat de inhoud voor iedereen voldoende leesbaar is.

1.4. BE-Alert

Om burgers nog sneller te kunnen informeren of alarmeren is er sinds 2017 ook BE-Alert, het kanaal waarmee de overheid burgers rechtstreeks een bericht kan sturen via telefoon (vast of

¹⁴ Volgens de website van Anysurfer staat het label gelijk aan de eisen van WCAG 2.0, niveau A. Dit is echter niet voldoende om te voldoen aan de Europese Richtlijn.

mobiel) of e-mail. Een bericht uitsturen kan op twee manieren: op basis van geregistreerde adressen of op basis van aanwezigheid in een zone. Bij noodsituaties die enkel een impact hebben op lokale bewoners – en niet op toevallige passanten – is het aangewezen om BE-Alert op basis van registratie in te zetten. Op www.be-alert.be kan een burger 5 adressen, 2 e-mailadressen en 3 telefoonnummers registreren. Op 3 augustus 2020 waren er 729.697 burgers geregistreerd¹⁵. Enkel wie zich ingeschreven heeft zal bij zo'n inzet een bericht ontvangen. Naast alarmering op basis van registratie, heeft BE-Alert ook de mogelijkheid een bericht te verzenden via de zendmasten, aan alle burgers aanwezig in een bepaalde zone. Om zo'n bericht te ontvangen moet de burger niet ingeschreven zijn, maar wel binnen de perimeter van de noodsituatie aanwezig zijn én over een mobiel toestel beschikken. Zo'n inzet kan enkel via sms, niet via gesproken oproep of e-mail. In de nieuwe versie van BE-Alert – lancering voorzien in december 2020 - zal er nog een derde optie om te alarmeren via BE-Alert mogelijk zijn, nl Common Alerting Protocol (CAP). Hiermee kunnen BE-Alertberichten geprojecteerd worden op elektronische verkeersborden, reclamepanelen, e.a. en kan er een link gelegd worden tussen BE-Alert en externe applicaties. De implementatie van dit systeem zal opnieuw voor een groei in bereik zorgen, door berichtgeving zichtbaar te maken in het straatbeeld en via technologische systemen van derden te communiceren.

BE-Alert biedt enorm veel mogelijkheden voor inclusieve communicatie: dankzij de verzending via de zendmasten (en de CAP-alert) kan men rechtstreeks personen bereiken die men anders misschien nooit bereikt zou hebben (bv. toeristen) en dankzij de mix van kanalen kan men ook communicatie op maat uitsturen naar bv. personen zonder mobiele telefoon en doven en slechthorenden. Hiervoor moeten deze personen zich wel registreren. Voor die registratie moet een burger bovendien over een e-mailadres beschikken en een online formulier invullen, dat momenteel (nog) niet aan de toegankelijkheidsnormen voldoet. Er bestaat ook de mogelijkheid om in te schrijven via een offline formulier, rechtstreeks bij de gemeente, maar deze procedure is uiteraard omslachtiger en minder bekend. Daarom blijft de inclusiviteit van dit kanaal eigenlijk onderbenut, zoals ook blijkt uit het aantal registratiecijfers van personen met een vaste lijn en doven/slechthorenden. Van de 729.697 geregistreerde burgers, hebben 14.481 personen aangegeven dat ze doof of slechthorend zijn. Slechts 311 personen zijn ingeschreven met enkel een vast telefoonnummer¹⁶. Om dit aantal naar omhoog te krikken zouden er, - naast een update van het registratieformulier, zodat het voldoet aan de

¹⁵ In publieke communicatie gebruikt het Nationaal Crisiscentrum steeds het cijfer voor geregistreerde adressen. Voor deze thesis leek het me eerder opportuun om te spreken over geregistreerde burgers.

¹⁶ Het systeem BE-Alert kan hier geen zuivere statistieken van trekken. Dit zijn alle personen die geen e-mailadres en slechts één telefoonnummer hebben ingevuld, dat begint met '0032X'. Gsm-nummers werden zo goed mogelijk weggefilterd.

toegankelijkheidsnormen én geschikt is voor personen zonder e-mail – ook specifieke campagnes gevoerd kunnen worden naar bepaalde doelgroepen met de oproep zich te registreren. In het najaar 2018 maakt een samenwerking met Okra vzw en Eneo vzw, twee organisaties voor 55+’ers, reeds deel uit van de campagne #bealertchallenge, waarbij o.a. een offline inschrijvingsformulier werd opgenomen in het Okra-magazine. Dit soort samenwerkingsverbanden bespreek ik in detail in deel 2.1.

BE-Alert biedt enorm veel mogelijkheden voor inclusieve communicatie. Om maximaal gebruik te kunnen maken van deze mogelijkheden, moet er extra ingezet worden op campagnes om ervoor te zorgen dat moeilijk bereikbare doelgroepen waarvoor deze tool een extra troef is (bv. personen die enkel over een vaste lijn beschikken of doven en slechthorenden) zich registreren.

2. Een bekend gezicht

Elk van de besproken alarmeringskanalen heeft zijn eigen voor- en nadelen. Om inclusief te communiceren zal het er dus steeds op aankomen om zoveel mogelijk kanalen te combineren, de nodige aandacht te besteden aan de toegankelijkheidsnormen en promotie te voeren voor de bestaande kanalen buiten crisistijd. Maar zelfs een inzet van alle bovenstaande kanalen garandeert de afzender geen volledig bereik. Daarom moet er, naast de eigen beschikbare kanalen, ook gekeken worden naar andere mogelijkheden om dit bereik te verhogen.

2.1. Doorgeven van boodschappen

De kans dat discipline 5 elke betrokken burger rechtstreeks kan contacteren lijkt eerder een utopie. Maar communicatie stopt niet aan de eerste lijn. Verschillende studies tonen aan dat personen die een waarschuwing ontvangen tijdens een noodsituatie de impuls hebben om dit bericht te verspreiden naar hun omstaanders en/of hun eigen netwerk, ofwel om de inhoud ervan te verifiëren, ofwel om anderen te waarschuwen. Zo blijkt uit een Amerikaans onderzoek van Paciva Sheldon dat tussen 59.4% en 73.2% van studenten een waarschuwing zouden delen met iemand in de onmiddellijke omgeving als ze bericht zouden krijgen over een *school shooting* of een tornado (2018, p.108). In de tweede plaats zouden deze studenten ook hun ouders en vrienden contacteren (Sheldon, 2018). Een onderzoek naar de reactiepatronen van de

Hawaiiaanse bevolking nadat er in 2018 een valse alarmering verspreid werd op het eiland¹⁷ levert een gelijkaardig resultaat op. Van de 186 respondenten ontdekten één kwart (44 personen) dat het initiële bericht vals was via een tussenpersoon: 11% vernamen dat het bericht niet echt was via tekstbericht van een naaste, 3.9% kreeg een telefoontje met het nieuws en 9.4% kwam het face-to-face te weten van iemand uit de omgeving (DeYoung, Sutton, Farmer, Neal, & Nichols, 2019). Dat aantal is bijna even groot als het aantal personen (47) die via officiële kanalen zoals Emergency Warning tekstbericht (18,2%), radio (1,1%) of tv (6,6%) het nieuws vernamen (DeYoung, et. al., 2019). De meerderheid van de respondenten vernam het nieuws via sociale media, nl. 29.8%, (DeYoung, et. al., 2019). Daarbij is het echter onduidelijk of het over een officiële berichtgeving gaat of over berichtgeving vanuit het eigen netwerk. Een derde voorbeeld komt uit een onderzoek van het Wetenschappelijk Onderzoek- en Documentatiecentrum van het Nederlands ministerie van Justitie en Veiligheid. Zij ondervroegen 1000 burgers over hun reactie bij vijf hypothetische crisissituaties (Bouwmeester, Franx, Holzmann, Gutteling, & De Vries, 2012). Een grote meerderheid (86%) van deze burgers zou op zoek gaan naar meer informatie en/of een bevestiging van het alarmeringsbericht (Bouwmeester et al., 2012, p. 33). Bij een brand op een bedrijventerrein, bommelding of overstroming gaf respectievelijk 50%, 46% en 53% van de respondenten spontaan aan dat ze anderen zouden waarschuwen. Enkel bij een besmetting van het drinkwater of een besmetting van groenten ligt dit percentage lager, nl. 24% en 22% (Bouwmeester et al., 2012, p.34-35). Wanneer de respondenten echter expliciet de vraag krijgen of ze zich “in deze situatie [...] verantwoordelijk [voelen] om mensen in [hun] omgeving te informeren”, verklaart een hoog aantal personen (4.1 - 4.3 op 5) zich akkoord met de stelling (Bouwmeester et al., 2012, p. 37).

Zo'n netwerkcommunicatie of tweedelijnscommunicatie zorgt ervoor dat officiële overheidsinformatie zich snel verder verspreidt. In “Citizens’ Response Patterns to Warning Messages” onderzochten T. Vihalemm, M. Kiisel en H. Harro-Loit de reacties van burgers op een reële noodsituatie (overstroming in Parno, Estland) en een fictieve noodsituatie (een verhoogde radioactiviteit). Zij kwamen tot de conclusie dat burgers niet enkel actief hun eigen netwerk inschakelden om meer informatie te bekomen, maar ook meer aandacht besteden aan waarschuwingen via massamedia als ze diezelfde informatie ook via een kennis krijgen (Vihalemm, Kiisel, & Harro-Loit, 2011, p.17). Volgens hun bevindingen helpt dit proces van netwerkcommunicatie om “mensen psychologisch voor te bereiden om te handelen in een

¹⁷ Op 13 januari 2018 werd een foutief Wireless Emergency Alert gestuurd naar de inwoners van Hawaii met volgende tekst “Ballistic missile threat inbound to Hawaii. Seek immediate shelter. This is not a drill”. (DeYoung, Sutton, Farmer, Neal, & Nichols, 2019)

crisiscommunicatie” (Vihalemm et al., 2011, p.19). Momenteel focust de overheid eerder op het verbieden van dit soort communicatie, om het netwerk niet te belasten:

Vanuit het oogpunt van de communicator is het begrijpelijk dat het verzadigen van communicatielijnen vermeden moet worden. Wanneer het alarmeringsbericht echter persoonlijke oproepen verbieden om de telefoonlijnen open te houden voor officiële communicatie, creëert dit een groot conflict met de persoonlijke leefwereld van burgers. Zij die het alarmeringsbericht over radioactiviteit bediscussieerden [...], gaven aan dat ze zouden bellen, ook al werd dit afgeraden. [...] Het verbieden om te bellen zal dus eerder de psychologische onzekerheid vergroten en het vertrouwen in andere delen van de instructies doen afnemen. (Vihalemm et al., 2011, p.19).

Ook in België ligt de focus eerder op het ontraden van telefoneren in noodsituaties¹⁸. De omgekeerde instructie, nl. om informatie te helpen verspreiden, wordt erg weinig gebruikt. Toch kan hiermee niet enkel het bereik van de berichtgeving vergroot worden, het helpt burgers ook om de inhoud van de reflexcommunicatie te verwerken. *“Help mee deze informatie te verspreiden onder je vrienden, familie of kwetsbare personen in je omgeving”* heeft dus best een plaats in de lijst van standaardhandelsreflexen. Ook in noodsituaties waarbij de kans op een telefoonpanne reëel is kan het bestaande advies positiever geformuleerd worden, bv. *“Hou de telefoonlijnen open voor de hulpdiensten. Verspreid deze communicatie met vrienden en familie via sms of sociale media”*. Bovendien kan een actieve oproep om officiële informatie te verspreiden helpen om de geruchten, die zich onvermijdelijk ook via dit soort netwerkcommunicatie verspreiden, een halt toe roepen.

Naast actief oproepen om informatie te helpen delen, pleiten Vihalemm et al. eveneens voor een goede doorstroming van informatie binnen de eigen organisatie. Uit hun onderzoek blijkt dat vele respondenten ten rade zouden gaan bij een persoon binnen hun eigen netwerk, die een connectie heeft met de verantwoordelijke autoriteit. Iedere medewerker heeft dus een potentiële rol als woordvoerder naar zijn of haar eigen netwerk toe :

De cirkel van (niet-intentionele) woordvoerders die praten over de crisis is groter dan de communicatieverantwoordelijke verwacht - de medewerkers van de organisatie die geen deel uitmaken van het crisis management team kunnen zich onverwacht in deze rol bevinden wanneer familieleden of kennissen beginnen te bellen. Diezelfde situatie kan zich ook voordoen

¹⁸ “Vermijd te telefoneren. Hou het netwerk vrij voor belangrijke oproepen” staat tussen de standaardhandelsreflexen van het Nationaal Crisiscentrum en is ook een advies voor “verantwoordelijke communicatie” op www.risico-info.be.

bij personen die enige expertise hebben in natuurlijke wetenschappen (bv. fysicaleerkrachten), geneeskunde (verplegers) of lokale autoriteiten. (Vihalemm et al., 2011, p.19).

Het is dus belangrijk om het eigen interne netwerk van de organisatie niet te vergeten. Door aandacht te besteden aan interne communicatie en communicatie naar de belangrijkste partners toe, creëert men een netwerk van betrouwbare ‘woordvoerders’ die de officiële communicatielijn kunnen verspreiden onder vrienden en familie en geruchten kunnen bestrijden.

2.2. Samenwerkingsverbanden

Naast het inschakelen van het eigen intern netwerk of de eigen sector, kan er ook breder gekeken naar samenwerkingsverbanden met organisaties of personen die de communicatie (met een bepaalde doelgroep) kunnen verbeteren. Voor Goubin is dit één van de tien basistips voor inclusieve communicatie: “zoek, vind en motiveer intermediairs. Bouw bruggen via intermediairs. Inventariseer de organisaties en de personen die tussen jou en je doelgroep staan” (Goubin, 2017, p.85). Verschillende sociale, culturele, religieuze e.a. organisaties staan dagdagelijks in contact met diverse doelgroepen die een overheid (nog) niet bereikt. Samenwerkingsverbanden aangaan met deze organisaties of personen vergroot de eigen bekendheid binnen die doelgroepen. Hier bestaan reeds verschillende voorbeelden van:

- Politie Antwerpen zocht het advies van zowel jeugdwerkorganisaties Kras, Jes en Formaat als van atlas, integratie & inburgering Antwerpen voor hun campagne *Mag da?*, gericht op jongeren (Politie Antwerpen, 2019).
- OCMW’s Diepenbeek en Meeuwen-Gruitrode zag een stijging van respectievelijk 80% en 50% van personen die kozen voor budgetbegeleiding, nadat ze actief contact opnamen met intermediairs, zoals huisartsen, priesters, notarissen, mutualiteitsmedewerkers, ... (Goubin, 2017, p. 63).
- Het Tropisch Instituut verspreidt preventiecampagnes rond aids binnen de Afrikaanse gemeenschap via *community approach*. Ze stelden een adressenbestand samen met sleutelfiguren en vzw’s, kerkgemeenschappen, informele groepen, ... Op basis van dit adressenbestand komen comités samen in Antwerpen en Gent, die samen de geplande evenementen of campagnes bespreken (Tiggelovend, 2005, p. 52)

Ook Agentschap Integratie en Inburgering pleit voor de inzet van brugfiguren, i.e. iemand die ervoor zorgt “dat twee partijen elkaar vinden, en [...] communicatie mogelijk [maakt] tussen die twee partijen. Een brugfiguur werkt drempels weg en heeft een ondersteunende rol.” (Agentschap Integratie & Inburgering, 2017, p. 42). Zij onderscheiden twee types brugfiguren, nl. toeleiders en intercultureel bemiddelaars. Toeleiders zijn personen die “mensen met een migratieachtergrond de weg [helpen] te vinden naar voorzieningen binnen het onderwijs, gezondheidszorg, welzijn, tewerkstelling, vrije tijd, sport, cultuur, huisvesting.” (Agentschap Integratie & Inburgering, 2017, p. 42). Een intercultureel bemiddelaar “probeert taaldrempels, sociaal-culturele drempels en interetnische spanningen in de context van de hulpverlening zo veel mogelijk op te lossen” (Agentschap Integratie & Inburgering, 2017, p. 42). Het verschil met bovenstaande voorbeelden is dat een toeleider of intercultureel bemiddelaar werkzaam is binnen de organisatie¹⁹. Het gaat dus niet om een vrijblijvende samenwerking.

Werken via intermediairs of brugfiguren biedt natuurlijk enorm veel voordelen bij structurele samenwerkingen of campagnes die op voorhand uitgewerkt kunnen worden, maar ligt moeilijker bij snelle reflexcommunicatie. Opnieuw is hier voor discipline 5 een groot werk in de voorbereidingsfase weggelegd. Een samenwerking met intermediairs kan vele vormen aannemen, afhankelijk van wat men wil bereiken :

- (1) Intermediaire organisaties of personen kunnen ingezet worden om de bekendheid van eigen kanalen te vergroten en/of een peiling te voeren naar het bereik van deze kanalen. Dit helpt niet enkel de communicatie tijdens een noodsituatie vooruit, maar ook de dagdagelijkse werking. Indien de communicatiekanalen van een overheid beter gekend zijn bij de bevolking, beter aangepast zijn op de noden en vragen en beter gevolgd worden, garandeert men een groter bereik bij het uitsturen van een reflexcommunicatie²⁰.
- (2) Een risicocommunicatie-campagne in samenwerking met brugfiguren kan ervoor zorgen dat de kennis van bepaald risico's binnen (een) specifieke doelgroep(en) vergroot, dat deze doelgroep beter gekend is met de juiste handelsreflexen en dus ook beter zal reageren in een noodsituatie (zie ook Inhoud, 2.1.2).
- (3) Een inzet van intermediaire personen of organisaties tijdens een noodsituatie is ook mogelijk maar vergt natuurlijk een grote inspanning langs beide kanten. Voor zo'n inzet

¹⁹ In de gezondheidszorg worden interculturele bemiddelaars gefinancierd door de Federale Overheidsdienst Volksgezondheid, Veiligheid van de Voedselketen en Leefmilieu.

²⁰ Indien er binnen een overheid reeds gebruik wordt gemaakt van toeleiders of interculturele bemiddelaars, kan er bijvoorbeeld gevraagd worden of deze personen ook aandacht kunnen besteden aan de gemeentelijke communicatiekanalen en/of BE-Alert.

zijn voorafgaande afspraken nodig of op zijn minst een uitgebreide kennismaking. Een voorbeeld van een samenwerking tijdens een noodsituatie kan de inzet zijn van communicatiekanalen die ontwikkeld werden door een externe organisatie. In Antwerpen wordt bijvoorbeeld de app ‘Welkom in Antwerpen’ erg gepromoot bij (anderstalige) nieuwkomers²¹ (interview Joke Van den Bulck, bijlage 1). Indien het mogelijk is om na de ontwikkeling van het Common Alerting Protocol in BE-Alert, een bericht uit te sturen naar alle gebruikers van deze app levert dit automatisch een veel groter bereik op. Een ander voorbeeld is het afsluiten van overeenkomsten met gespecialiseerde media, die zich richten op specifieke doelgroepen, bv. Radio Minerva of Maghreb-tv.

Het in kaart brengen van intermediaire organisaties of personen is geen nieuwe praktijk binnen noodplanning. Elk algemeen of bijzonder noodplan bevat steeds een uitgebreide lijst met contactpersonen bij scholen, huisartsen, apothekers,... Bovendien is het in kaart brengen van intermediaire organisaties of personen geen nieuwe praktijk binnen de communicatiesector. Zoals bovenstaande voorbeelden aanhalen, passen verschillende organisaties dit reeds succesvol toe om nieuwe doelgroepen te bereiken. De uitdaging bestaat er voor discipline 5 dus in om te kijken naar wat ze als overheid reeds doen en wie ze daarmee reeds bereiken, hoe ze dit kunnen verbeteren via tussenorganisaties en personen en hoe ze hier gebruik van kunnen maken tijdens een noodsituatie. Een dergelijke oefening zorgt niet enkel voor een bredere en meer diverse (crisis)communicatie, maar is ook een grote meerwaarde voor de algemene bevordering van integratie en diversiteit in de organisatie.

Ervaringen uit COVID-19

Gedurende de coronacrisis werden alle besproken kanalen ingezet: het onderwerp corona was niet uit de traditionele media weg te denken, hashtags zoals #samentegencorona of #COVID19 waren dagenlang *trending* op sociale media, meer dan 11 miljoen bezoekers bezochten de informatiewebsite info-coronavirus.be en iedere Nationale Veiligheidsraad werd gevolgd door een BE-Alertmail die de nieuwe maatregelen samenvatte. Maar de omvang van de coronacrisis bracht meteen ook de limieten van de bovenstaande kanalen aan het licht. Zeker in de eerste dagen was het duidelijk dat de informatie verschillende doelgroepen niet bereikte of de boodschap niet voldoende overbracht. Om ook die personen te bereiken ontstonden er zowel

²¹ Deze app is een initiatief van atlas, integratie & inburgering Antwerpen. Meer informatie op : <https://www.atlas-antwerpen.be/nl/nieuw-in-antwerpen/app-welkom-in-antwerpen>

op lokaal als op nationaal niveau verschillende samenwerkingsverbanden, met *influencers*, organisaties of vzw's die konden helpen de boodschap verspreiden.

Enkele voorbeelden van samenwerkingen die het Nationaal Crisiscentrum aanging:

(1) Samenwerkingen met *influencers*

De eerste zaterdag na de afkondiging van de maatregelen was een sleutelmoment. Ondanks de drastische maatregelen, zagen verschillende personen de ernst van de situatie (nog) niet in en verschoven samenkomsten simpelweg van café/restaurant naar eigen huizen, i.e. de zogenaamde *lockdownparties*. Om dit gedrag te ontraden startte het NCCN die avond een actie om zoveel mogelijk *influencers* of personen/organisaties met een groot bereik op te bellen met de vraag onze oproep om binnen te blijven te ondersteunen. Zo verspreidden o.a. Dina Tersago, Sven Nys, Angelique, Studio Brussel, MNM, verschillende jeugdbewegingen, ... die avond massaal de boodschap om niet met anderen af te spreken, maar “in uw kot” te blijven.

Naast deze eenmalige actie, werden er ook enkele structurele initiatieven met *influencers* opgezet. Zo was er een Whatsappgroep – oorspronkelijk opgezet door kabinet De Block, later deels overgedragen aan het Nationaal Crisiscentrum – waarin het NCCN op regelmatige tijdstippen enkele hardnekkige geruchten kon ontkrachten. Die werden vervolgens verspreid naar een uitgebreide groep *influencers*, die deze boodschappen via hun eigen kanalen verspreidden. Ten slotte werden er ook samenwerkingen met *influencers* opgezet in het kader van de nationale campagne ‘Geef het voorbeeld. Stop het virus.’ & ‘11miljoenredenen.be’.

(2) Samenwerkingen met intermediaire organisaties

Tijdens deze coronacrisis werd er erg veel communicatiemateriaal op maat van verschillende doelgroepen opgemaakt, o.a. vertalingen in +25 talen, beeldtaal, audiofragmenten, video's in Vlaamse Gebarentaal, Langue de Signes Belgique Francophone en Deutsche Gebärdensprache (cfr. infra). Maar het beschikbaar stellen van deze materialen, betekent niet meteen dat ze de juiste doelgroep bereiken. Daarom werd er een waardevolle samenwerking opgezet met Agentschap Integratie en Inburgering, atlas, integratie & inburgering Antwerpen, IN-Gent, Setis Wallonië en VOCVO. Deze partners hebben niet alleen de expertise in huis om de maatregelen of gezondheidsinformatie om te zetten naar klare taal, beeldtaal of +25 andere talen, maar beschikken ook over een netwerk om deze communicatieproducten te verspreiden. Het ontwikkelde materiaal werd dus op maat gemaakt voor intermediairs en professionals die rechtstreeks met deze doelgroepen werken. Daarnaast werd het materiaal ook via verschillende

nieuwsbrieven en werkgroepen verspreid naar allerlei organisaties en vzw's die ervan gebruik zouden kunnen maken, e.g. huisartsen, ziekenhuizen, lokale overheidsinstanties, ...

Een laatste voorbeeld van een netwerkcommunicatie tijdens de coronacrisis was een samenwerking met het jongereninformatieplatform watwat.be. Zij brengen informatie op maat van jongeren. Tijdens de periode van de lockdown voerden zij actief campagne over de impact van de maatregelen via hun sociale mediakanalen, *influencers* en diverse jeugdwerkorganisaties. Door regelmatige afstemming met het Nationaal Crisiscentrum bleef deze informatie correct en up-to-date.

De inzet van meerdere, complementaire, toegankelijke kanalen, netwerkcommunicatie en samenwerkingsverbanden kan het bereik van een eerste boodschap in een noodsituatie vergroten. Maar het publiek dient de boodschap uiteraard ook te begrijpen. Een bericht kan volledig zijn doel missen, als het slecht of niet begrepen wordt door de ontvanger. Dus stelt zich de vraag: welke taal hanteert men best? Is het beter om te kiezen voor een vreemde taal of om het eigen taalgebruik aan te passen? Hoe formuleert men een boodschap opdat zoveel mogelijk mensen ze begrijpen? Welke aanpassingen zijn, binnen de limieten van reflexcommunicatie, mogelijk om het begrip te vergroten?

1. Communiceren in een vreemde taal

Wie een groter doelpubliek wil bereiken, moet erbij stilstaan dat niet iedereen onze landstalen (voldoende) machtig is. Daarom is het belangrijk om de eventuele keuze van een vreemde taal te overwegen. Voor Susan S. Kuo is meertalig communiceren een absolute noodzaak. In haar artikel ‘Speaking in Tongues: Mandating Multilingual Disaster Warnings in the Public Interest’ verwijst ze naar het feit dat een groot deel van de personen die tijdens de orkaan Katrina in New Orleans geëvacueerd moesten worden of gestorven zijn tot taalkundige minderheden behoorden, nl. Vietnamees of Latino. Velen onder hen raakten gewond of stierven omdat ze de Engelstalige berichtgeving, die opriep tot evacuatie, niet begrepen: “als een gevolg hadden deze personen dus geen weet van cruciale informatie zoals het traject van de storm, waar en hoe ze konden schuilen en welke voorzorgsmaatregelen ze moesten nemen” (Kuo, 2007, p.5).

Orkaan Katharina is volgens Kuo niet de enigste noodsituatie waarbij anderstaligen in een nadelige positie waren. Tijdens een explosie in een fabriek in 1999 in Richmond, California namen vele niet-Engelstaligen onnodige risico’s door naar buiten te gaan wanneer ze de sirenes hoorden loeien, in plaats van te schuilen zoals geadviseerd via Engelstalige waarschuwingsberichten (Kuo, 2007, p. 40). Ook in 1987 stierven 29 mensen en raakten 121 personen gewond in Saragosa, Texas toen een tornado de halve stad verwoestte. De bevolking van de stad was voornamelijk van Mexicaanse afkomst en luisterden/keken dus ook naar Spaanstalige kanalen op radio en tv. Opnieuw bereikten de Engelstalige waarschuwingsberichten deze inwoners niet (Kuo, 2007, p. 40-41). Wanneer een groot deel van het publiek niet in staat is om waarschuwingsberichten te begrijpen, stelt Kuo, gaat het doel van ‘openbaar belang’ van deze berichten in een noodsituatie volledig verloren (2007, p. 39). Zij

pleit dus voor een structurele oplossing voor het verspreiden van meertalige berichten wanneer er anderstalige bevolkingsgroepen geïdentificeerd zijn, die minstens 5% van de totale bevolking opmaken (2007, p.45). In Hongarije bestaat deze legale verplichting reeds. In gebieden waar meer dan 10% niet-Hongaarse inwoners zijn, moet crisiscommunicatie ook in de taal van de dominante minderheidsgroep gebeuren, bv. Roma of Sinti (Dressel & Pfeil, 2014)

1.1. Taalwetgeving

Drie officiële landstalen, een taalgrens en verschillende faciliteitengemeenten maakt van België een complex taalkundig land. Om het gebruik van een vreemde taal in (reflex)communicatie te overwegen, moet dus bekeken worden of dit überhaupt wettelijk wel mag. De taalwetgeving dient hierbij gerespecteerd te worden.

Bij de ingebruikname van het alarmeringsplatform BE-Alert, maakte de juridische dienst van de Nationaal Crisiscentrum een interne nota op met betrekking tot het “versturen [van] berichten BE-Alert in een vreemde taal” (2016, p. 1). De regels rond taalgebruik in bestuurszaken maken het verschil tussen “berichten²², mededelingen²³ en formulieren²⁴ bestemd voor het publiek” en “betrekkingen met particulieren”, i.e. “geïndividualiseerde [mondelijke of schriftelijke] contacten tussen de administratieve overheid en de burger” (Nationaal Crisiscentrum - NCCN, 2016, p.1). Gelet op de definities van de Bestuursstaalwet, besluit de nota dat berichten van BE-Alert eerder onder de eerste categorie vallen. Zoals besproken in de inleiding, is reflexcommunicatie de communicatie binnen het eerste uur van een noodsituatie vanuit een officiële instantie naar een massa. Hoewel er tot op zeker mate verschillende doelgroepen kunnen gedefinieerd worden (bv. bij verschillende handelsperspectieven voor geïmpacteerde bevolking vs. omwonenden), zal de communicatie steeds gericht zijn op een groot publiek, en niet geïndividualiseerd zijn. Bijgevolg behoort deze communicatie dus ook onder de eerste categorie – en zal ik me in dit eindwerk tot een toelichting van deze regels beperken.

Naast een verschil tussen het type berichten, gelden er ook verschillende regels voor centrale (bv. Nationaal Crisiscentrum) en lokale (bv. gemeente) besturen. De berichten voor het

²² “Opschriften op de muren van gebouwen en administratieve lokalen om zekere informatie aan de burgers mee te delen. De drager en het soort druk is niet van belang.” (Nationaal Crisiscentrum - NCCN, 2016, p.1)

²³ “Informatie die, onder welke vorm dan ook, algemeen of ter attentie van een bijzonder publiek verspreid wordt. Voorbeeld: de publicaties van de diensten, de affiches in openbare gebouwen en langs openbare wegen, huis-aan-huis verspreid drukwerk, aankondigingen via de media, de publicaties in dagbladen, weekbladen, de mededelingen verspreid via het internet, ...” (Nationaal Crisiscentrum - NCCN, 2016, p.1)

²⁴ “Onvolledige gedrukte of gestencilde teksten die door het publiek zelf moeten worden aangevuld.” (Nationaal Crisiscentrum - NCCN, 2016, p.1)

publiek vanuit centrale diensten moeten, afhankelijk van het doelpubliek, in één, twee of drie landstalen beschikbaar zijn:

- ééntaligheid is de regel voor alle berichten en mededelingen die de centrale diensten aan het publiek van de homogene gemeenten richten
- tweetaligheid Nederlands-Frans is enkel vereist voor de berichten en mededelingen die rechtstreeks aan het publiek worden gericht in de gemeenten van Brussel-Hoofdstad of in de gemeenten met een speciale taalregeling
- [tweetaligheid Frans-Duits voor berichten en mededelingen die rechtstreeks aan het publiek worden gericht in de gemeenten in het Duits taalgebied] (Nationaal Crisiscentrum - NCCN, 2009, p.1)

Lokale besturen zijn beperkt tot de taal/talen van hun grondgebied. De enige uitzondering hierop zijn toeristische centra, die berichten bestemd voor toeristen in drie talen mogen opstellen, op voorwaarde dat er “voorrang [wordt] verleend aan de taal van het gebied en dan aan de twee andere landstalen” (Nationaal Crisiscentrum - NCCN, 2009, p. 2).

Toch staan de Vaste Commissie voor Taaltoezicht en andere instanties die toezien op de naleving van de taalwetgeving toe dat er “in sommige gevallen [...] vreemde talen worden gebruikt als de dienst dat nuttig acht (het is dus evenmin een verplichting)” (Nationaal Crisiscentrum - NCCN, 2016, p.3). In totaal moet de communicatie aan vier criteria voldoen die het gebruik van een vreemde taal verantwoorden:

1. De dienst/instantie maakt geen systematisch gebruik van de vreemde taal, maar slechts ten uitzonderlijke titel of als overgangsmaatregel.
2. Het gebruik van de vreemde taal dient een bijzonder doel, zoals het informeren van bepaalde doelgroepen over het bestaan van een welbepaalde dienstverlening.
3. De anderstalige boodschap wordt in de eerste plaats ook in het bestuurstaal gesteld en is slechts een vertaling van deze tekst (er wordt dus niet meer of andere informatie gegeven in de vreemde taal dan in de bestuurstaal); bovendien wordt aangegeven dat de anderstalige tekst een vertaling is (door dit te vermelden op het document).
4. De anderstalige tekst is bestemd voor een bijzonder doelpubliek. (Nationaal Crisiscentrum - NCCN, 2016, p3)

Reflexcommunicatie kan aan deze vier voorwaarden voldoen: het is een uitzonderingsmaatregel, die als bijzonder doel heeft om een bijzonder doelpubliek (bv. toeristen of anderstaligen) te informeren over een noodsituatie en hen bepaalde handelsperspectieven

mee te geven. Een reflexcommunicatie in een vreemde taal kan enkel en alleen naast een communicatie in de officiële landstaal bestaan, en kan deze nooit vervangen.

1.2. Keuze van lingua franca

Met deze mogelijkheid om in een vreemde taal te communiceren stelt zich de vraag: welke taal heeft het meeste bereik? De meest voor de hand liggende keuze lijkt Engels te zijn. Toch is het de moeite waard om te kijken of er eventueel andere alternatieven zijn.

Voor Nicholas Ostler, auteur van *The Last Lingua Franca: The Rise and Fall of World Languages*, blijft de positie van Engels als internationale *lingua franca* onomkeerbaar. Sinds het einde van de negentiende eeuw, als een gevolg van de “waargenomen dominantie van het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten in zowel economische en later politieke macht, eveneens als technologieën binnen productie en communicatie” blijft de kennis van Engels wereldwijd toenemen (Ostler, 2011, p. 25). Ostler stelt dat de aantrekkelijkheid van een kennis van Engels, als de taal die deuren opent “naar wereldmarkten en dus snellere economische ontwikkeling” een nieuw fenomeen creëerde in de 20^{ste} en 21^{ste} eeuw, nl. de drang van *communities* die historisch gezien geen enkele of amper een link hebben met een Engelstalige gemeenschap om zich het Engels machtig te maken (2011, p. 28-29). Deze trend startte in Europa en breidt zich uit naar de rest van de wereld, die Engels willen “gebruiken voor hun eigen interne of internationale noden” (Ostler, 2011, p.29). Figuur 8 kijkt naar het percentage *lingua franca* sprekers ten opzichte van het aantal moedertaalsprekers en geeft daarbij een handig overzicht van de dominantie van verschillende talen op wereldvlak.

RANK	LANGUAGE	MOTHER TONGUE SPEAKERS (MILLIONS)	LINGUA-FRANCA SPEAKERS (MILLIONS)	PROPORTION (LF/TOTAL)	TOTAL SPEAKERS (MILLIONS)
1	Swahili	1	39	98%	40
2	Malay	55	147	73%	202
3	English	331	812	71%	1143
4	Persian	36	73	67%	109
5	Urdu	61	93	60%	154
6	Russian	144	110	43%	254
7	French	68	50	42%	118
8	Arabic	206	140	40%	346
9	Hindi	182	120	40%	302
10	Hausa	25	15	38%	40
11	Italian	43	23	35%	66
12	Turkish	51	20	28%	71
13	Bengali	181	69	28%	250
14	German	90	28	24%	118
15	Mandarin Chinese	873	178	17%	1051
16	Spanish	329	60	15%	389
17	Tamil	66	8	11%	74
18	Portuguese	178	15	8%	193
19	Telugu	70	5	7%	75
20	Japanese	125	1	1%	126
21	Javanese	85	0	0%	85
22	Shanghainese	77	0	0%	77
23	Vietnamese	69	0	0%	69
24	Korean	66	0	0%	66
25	Cantonese	56	0	0%	56

Figuur 8 – Percentage lingua franca vs. moedertaalsprekers. Overgenomen van *The Last Lingua Franca: The Rise and Fall of World Languages*. (p. 227), door N. Ostler, 2011, Londen, Verenigd Koninkrijk: Penguin. Copyright 2010 - Penguin.

Engels komt op de derde plaats in deze ranking, na Swahili en Maleis. Die talen zijn echter te “geografisch compact, [beperkt tot] oost-Afrika en de eilandengroep in Zuidoost-Azië” om de positie van Engels te doen struikelen – zie figuur 9 (Ostler, 2011, p.232). Bovendien laat het aantal sprekers van het Engels wereldwijd geen twijfel na, met een voorsprong van 634 miljoen op de tweede meest gesproken taal, het Mandarijns.

LANGUAGE	L-F SPEAKERS IN WORLD (MILLIONS)	UK (THOUSANDS)	FRANCE	GERMANY	NL	SPAIN	RUSSIA	CANADA	USA
ENGLISH	812	na							
MANDARIN	178	12						na	na
MALAY	147						yes	208	175
ARABIC	140	35	1,000		300			83	11
HINDI	120	0			30	200		20+	3,000
RUSSIAN	110			360				227	317
URDU	93	400					na	157	706
PERSIAN	73	75		90	5	25		139	263
BENGALI	69	400					120	112	312
SPANISH	60			134				35	129
FRENCH	50		na			na		611	28,100
SWAHILI	39							na	1,640
GERMAN	28			na				25	37
ITALIAN	23	200	1,000	548			597	636	1,380
TURKISH	20	60	135	2,000	192			681	1,010
PORTUGUESE	15	17		78			92	33	74
HAUSA	15	yes						265	564
TAMIL	8	yes			7			-	-
TELUGU	5							112	84
JAPANESE	1	12						5	86
JAVANESE	0							65	478
SHANGHAISE	0							-	0
VIETNAMESE	0				16			-	2
KOREAN	0						26	166	1,900
CANTONESE	0	300			70	20	149	85	894
								399	260

Figuur 9 - Number of immigrant speakers in some major states. Overgenomen van *The Last Lingua Franca: The Rise and Fall of World Languages*. (pp. 226-227), door N. Ostler, 2011, Londen, Verenigd Koninkrijk: Penguin. Copyright 2010 - Penguin.

Uit de Adult Education Survey, een vijfjaarlijkse enquête van Statbel over de opleiding van volwassenen blijkt dat ook in België Engels de best gekende vreemde taal is – nl. 28,3% van de doelgroep, i.e. 25-64-jarigen (2018). In de categorie 25 tot 34-jarigen geeft zelfs 43% aan dat hij/zij Engels het best kent (Statbel, 2018). Ter vergelijking, 18,2% van de volledige doelgroep geeft Frans aan als best gekende vreemde taal en voor 7,1% is dit Nederlands. 42,1% van de doelgroep geeft aan geen vreemde taal te kennen (Statbel, 2018). Ook in de statistieken

voor tweede best gekende vreemde taal neemt Engels (17,7%) de voorsprong op Frans (14%), Nederlands (5,4%), Duits (4,6%) en Spaans (1,2%) (Statbel, 2018).

Toch erkent Ostler ook de impact van migratie op de verspreiding van andere wereldtalen:

Deze migraties hebben vaak moedertaalgemeenschappen van sprekers in een vreemde taal gecreëerd in ontvangende landen, in hun hoofdsteden maar ook in andere, meestal stedelijke plaatsen. Dus Arabisch (meestal in Noord-Afrikaanse dialecten) is sterk in Frankrijk en Nederland; Turks in Duitsland, Nederland en Groot-Brittannië, maar ook in Rusland; Maleis in Nederland; Hindi-Urdu en Bengali in Groot-Brittannië; Kantonees in Groot-Brittannië en Nederland; Perzisch in Rusland (als Tadzjieks), maar ook in Duitsland en Nederland (hoewel Koerdisch daar zes tot acht keer groter is). (Ostler, 2011, pp. 233 - 234)

Omdat het gebruik van deze talen veeleer beperkt blijft tot de eigen taalgemeenschappen, plaatst Ostler ze op hetzelfde niveau als dialecten: ze worden amper overgenomen door de inheemse bevolking en hebben daarom “geen praktisch of economisch nut voor de rest van de maatschappij” (2011, p. 234). Binnen crisis- en reflexcommunicatie is het echter wel nuttig om deze talen in kaart te brengen. In steden met bv. een grote Noord-Afrikaanse of Aziatische (taal)gemeenschap kan het veel zinvoller zijn om te communiceren in het Arabisch of Mandarijns, dan in het Engels. In 2019 waren dit volgens Statbel de 10 grootste nationaliteiten in België - na Belgisch (2020d):

Nationaliteit	Aantal inwoners
Frankrijk	170 324
Nederland	159 319
Italië	155 696
Roemenië	105 358
Marokko	80 579
Polen	70 671
Spanje	67 861
Portugal	48 919
Duitsland	39 741
Turkije	37 492

Tabel 1 - 10 grootste nationaliteiten in België. Aangepast van: Bevolking op 1 januari : Bevolking naar nationaliteit en geslacht. *Structuur van de bevolking* door Statbel (2020d). Geraadpleegd van <https://statbel.fgov.be/nl/themas/bevolking/structuur-van-de-bevolking#figures>

Wanneer we opnieuw naar de Vlaamse cijfers van herkomst kijken, levert dit volgende tabel op.

Herkomst	% tov. inwoners
Maghreb herkomst	3,5
Nederlandse herkomst	3,4
Aziatische herkomst	2,5
Oost-Europese (EU) herkomst	2,4
Turkse herkomst	2,1
Zuid-Europese (EU) herkomst	2,0
Afrikaanse herkomst	1,9
Oost-Europese (niet-EU) herkomst	1,6
Noord/West-Europese (EU) herkomst	1,0
Franse herkomst	0,8

Tabel 2 - Cijfers van herkomst in Vlaanderen. Aangepast van: Herkomst 2019 – Vlaams Gewest. *Herkomst 2019 - gemeenten | Provincies in Cijfers* door Data en Analyse van de Vlaamse Provincies. (2019). Geraadpleegd van <https://provincies.incijfers.be/databank>

Deze tabellen geven uiteraard geen informatie over de talenkennis van deze nationaliteiten of personen van niet-Belgische herkomst. Maar het stelt wel in vraag of Engels als vreemde taal in reflexcommunicatie steeds de meest aangewezen keuze is. Daarom is het belangrijk om op voorhand na te denken wie men wil bereiken met meertalige communicatie. Door reflexcommunicatie – naast de landstalen – in het Engels te voeren, wordt er in de eerste plaats rekening gehouden met toeristen, expats en buitenlandse media. Zoals hierboven aangetoond, is er (voorlopig) geen andere wereldtaal die hetzelfde bereik heeft. Zo werd tijdens de aanslagen op 22 maart 2016, die een grote impact hadden op een internationale luchthaven en het openbaar vervoer van Brussel, *de facto* hoofdstad van de Europese Unie, de reflexcommunicatie ook in het Engels uitgestuurd²⁵ (CrisiscenterBE, 2016). Deze communicatie via Twitter had bovendien een veel groter bereik en meer *engagement*²⁶ - i.e. interacties - dan dezelfde communicatie in de landstalen (EN: 273 536 weergaven²⁷, 8 002 interacties; FR: 129 226 weergaven, 2 656

²⁵ “Explosions at airport #Zaventem. Don't go to airport. Keep roads open. Priority government: Help victims & security” (CrisiscenterBE, 2016)

²⁶ “Het totale aantal keren dat een gebruiker interactie is aangegaan met een Tweet. Hiertoe behoren alle clicks op de Tweet, inclusief retweets, antwoorden, volgers, vind-ik-leuks, links, cards, hashtags, ingesloten media, de gebruikersnaam en profielfoto en het uitklappen van Tweets.” (Twitter Help Center, 2019)

²⁷ “Het aantal keren dat een Tweet bij een gebruiker is afgeleverd in de tijdlijn of zoekresultaten” (Twitter Help Center, 2019)

interacties NL: 201 789 weergaven, 1 905 interacties). Op een tweede niveau kan het interessant zijn om de verschillende talengemeenschappen op het eigen grondgebied in kaart te brengen. In een buurt waar er een sterke concentratie van inwoners met bv. een Turkse afkomst is, heeft een reflexcommunicatie in het Turks veel meer nut dan een communicatie in het Engels. Een communicatie in een vreemde taal wil op dat moment vooral de boodschap overbrengen aan anderstaligen en inwoners met een migratiestatus die de landstaal (nog) niet (voldoende) machtig zijn.

1.3.Aandachtspunten

Het gebruik van een vreemde taal in communicatie brengt uiteraard ook wat valkuilen met zich mee. Ten eerste moet de D5-verantwoordelijke de vreemde taal voldoende beheersen. Miscommunicatie omwille van een fout in vertaling is absoluut te vermijden. Men kan veronderstellen dat voor een deel communicatieverantwoordelijken communiceren in het Engels een haalbare kaart is. Toch dient discipline 5 ook daar rekening te houden met het feit dat men communiceert in een taal die zowel voor de zender, als voor een groot deel ontvangers een tweede taal is. Een niet-Europese taal als Arabisch of Mandarijns behoort naar alle waarschijnlijkheid niet tot de talenkennis van een gemiddelde D5-verantwoordelijke. Dit op het moment zelf improviseren is nagenoeg onmogelijk, zeker in confrontatie met de snelheid waarmee de eerste reflexcommunicatie uitgestuurd moet worden. De tijd om bepaalde boodschappen te laten verifiëren door een professionele vertaler-tolk zal binnen deze tijdspanne ontbreken. Daarom is een goede voorbereiding uitermate belangrijk. Door bepaalde, veelvoorkomende kernboodschappen en handelsperspectieven op voorhand te laten vertalen, kan een communicatieverantwoordelijke op het moment van de reflexcommunicatie terugvallen op geverifieerde, correcte vertalingen. Er mag echter niet vergeten worden dat reflexcommunicatie voldoende flexibel moet zijn. Zelden zal een situatie toelaten om 100% terug te vallen op voorbereide standaardzinnen. Daarom is het eerder opportuun om vertalers-tolken op te nemen in een lijst met contactpersonen en op voorhand bepaalde afspraken te maken met betrekking tot beschikbaarheid.

Een tweede valkuil voor communiceren in een vreemde taal is de keuze van taal en de perceptie dat hiermee een bepaalde bevolkingsgroep wordt voorgetrokken. De taalkundige realiteit van ons land maakt het gebruik van (vreemde) talen vaak een gevoelige kwestie. Taal en identiteit zijn nauw verweven en een inbreuk op de taalwetgeving of een ogenschijnlijk bevoorrecht van een bepaalde (lands)taal botst al snel op commentaar, die regelmatig een

politiek gevolg krijgt. Recente voorbeelden zijn bv. een interpellatie van Vlaamse Belang naar aanleiding van een Arabisch logo in een reclame op een bus van De Lijn²⁸ (Commissie voor Mobiliteit en Openbare Werken, 2013), een klacht van N-VA omwille van een Franstalige communicatie van bpost in Brussel²⁹ (N-VA, 2018) en een onderzoek naar het gebruik van Engelstalige opschriften op verkeersborden door Viapass³⁰ (VRTTaal, 2016). De kernregel is hier: respecteer te allen tijde de taalwetgeving. Reflexcommunicatie in een vreemde taal kan, mits het een uitzonderingsregel is – standaard (bv. buiten crisistijd om) communiceren in deze taal kan dus niet –, en mits het een bijzonder doel heeft – i.e. handelsperspectieven meedelen en bijgevolg dus ook levens redden. De reflexcommunicatie moet bovendien een 100% vertaling zijn van dezelfde communicatie in een landstaal – die steeds prioriteit krijgt - en moet voor een bijzonder doelpubliek bestemd zijn i.e. toeristen voor het Engels, en één of meerdere duidelijk definieerbare taalgemeenschappen voor andere talen. Ook hier kan een goede voorbereiding helpen, door op voorhand taalgemeenschappen in het eigen grondgebied in kaart te brengen en een duidelijk kader met een burgemeester, gouverneur of minister vast te leggen waarbinnen een communicatie in een vreemde taal naar deze doelgroepen geoorloofd zou zijn.

Het is niet ondenkbaar dat binnen afzienbare tijd de technologie het communiceren in een vreemde taal behoorlijk gemakkelijker kan maken. Ook Ostler twijfelt of er ooit nog een taal de plaats van het Engels als lingua franca zal innemen, omdat technologie de noodzaak van een universele taal doet afnemen (2011, p. 246). Automatische vertaalfuncties zoals Google Translate worden steeds slimmer, via Translate Tweet kan een gebruiker op Twitter een tweet al snel omzetten naar zijn/haar moedertaal en Facebook geeft zelfs bepaalde *posts* standaard vertaald weer, op basis van het aantal aanvragen voor vertaling het platform krijgt en de taalinstellingen van de gebruiker. Daarnaast bestaan er ook apps die vertaler-tolken met gebruikers in contact brengt. Een voorbeeld daarvan is Tarjimly, een tip van Joke Van den Bulck, medewerker taalbeleid en taalpromotie bij atlas, integratie & inburgering Antwerpen. Dit is een app specifiek gericht op communicatie met vluchtelingen:

De vrijwillige vertaler-tolk wordt verbonden via live chat met de aanvrager, waar ze tekst of documenten kunnen sturen of een audio of videogesprek kunnen voeren. Je moet je wel op voorhand registreren en je hebt internet nodig. Het nadeel is dat het geen opgeleide vertaler-tolk is en je dus geen kwaliteitscontrole hebt. Bovendien is Nederlands naar een vreemde taal weinig

²⁸ <http://docs.vlaamsparlement.be/website/htm-vrg/892480.html>

²⁹ <https://www.n-va.be/persbericht/bpost-beschouwt-brussel-als-een-franstalige-stad>

³⁰ <https://vrttaal.net/nieuws/engels-kan-via-omweg-toch-op-verkeersborden>

beschikbaar, terwijl waarschijnlijk Engels naar een vreemde taal meer beschikbaar is. (interview Joke Van den Bulck, bijlage 1)

Gebruik maken van dit soort apps of automatische vertaalfuncties van online platformen is dus op eigen risico. Ze lijken te weinig betrouwbaar om hierop te kunnen steunen bij het verzenden van zo'n belangrijke boodschap als de eerste reflexcommunicatie in een noodsituatie. Het blijft voorlopig uitkijken naar een technische oplossing die crisisboodschappen op een geautomatiseerde en 100% correcte manier in een vreemde taal tot bij een anderstalige inwoner of toerist kan krijgen. De menselijke factor blijft onmisbaar. Om meertalig te kunnen communiceren stelt discipline 5 dus best een duidelijk kader op dat preciseert in welke situatie er in welke talen gecommuniceerd kan worden en welke – interne of externe – persoon kan instaan voor vertalingen of een verificatie van vooraf vertaalde standaardzinnen.

Ervaringen uit COVID-19

Van bij de start van de coronamaatregelen, was er een duidelijke vraag om meertalige, toegankelijke informatie. Om aan die vraag tegemoet te komen, nam het NCCN initieel contact op met vertalers van de Algemene Dienst Vreemdelingenzaken.

Snel doken er echter enkele problemen op:

(1) Bij de aankondiging van de maatregelen namen veel privé- en publieke organisaties zelf het initiatief om eigen informatie te vertalen. Hierdoor circuleerden er veel vertalingen van niet-officiële teksten, die vaak verouderd of niet-geverifieerd waren. Bovendien kon de kwaliteit niet gegarandeerd worden, omdat deze vertalingen vaak niet door professionele vertalers, maar door vrijwilligers gebeurden.

(2) De vertalers van Dienst Vreemdelingenzaken leveren geen spoedvertalingen aan, waardoor vertaalde informatie snel achterhaald was.

(3) De vertaalde informatie bereikte het doelpubliek onvoldoende.

Om deze problemen te verhelpen, kwam er een samenwerking tot stand tussen het NCCN Agentschap Integratie & Inburgering, atlas, integratie & inburgering Antwerpen, IN-Gent en Setis Wallonie. De samenwerking met deze verschillende partners garandeerde kwaliteitsvolle vertalingen binnen de 24u door beëdigde vertalers, op maat van de doelgroep en een breed netwerk om deze vertalingen rechtstreeks naar de doelgroep te verspreiden. In totaal werd de basisinformatie vertaald naar + 25 talen in zowel geschreven taal als audio, o.a. Engels, Albanees, Amhaars, Arabisch, Armeens, Berbers, Bulgaars, Chinees, Dari, Farsi, Hebreeuws,

Italiaans, Lingala, Pashto, Pools, Portugees, Roemeens, Russisch, Servo-Kroatisch, Somali, Spaans, Swahili, Tigrinya, Tsjetsjeens, Turks, Urdu. De keuze van talen lag bij de agentschappen, op basis van de talen die (het meest) voorkomen bij inburgeraars.

De vertalingen werden volgens de taalwetgeving opgemaakt: met een verwijzing naar de brontekst, voor een bijzondere doelgroep en met een bijzonder doeleind. Toch kwam er vanuit politieke hoek klachten over vertaalde COVID-informatie. Zo schreef bijvoorbeeld Filip De Winter op Twitter dat “onder het mom van #corona [...] de meertaligheid in Antwerpen [is] ingevoerd! [...] Klacht neergelegd want bestuurstaal in #Vlaanderen is en blijft #Nederlands.” (De Winter, 2020). Daarom pleit Jonathan Bernaerts van de Universiteit Antwerpen in De Juristenkrant voor een wettelijk kader voor meertalige crisiscommunicatie (2020, p.14). Hij verwijst opnieuw naar de vier voorwaarden van de Vaste Commissie voor Taaltoezicht (VCT) om een vreemde taal te gebruiken. Voorwaarde vier – i.e. “bestemd voor een specifiek doelpubliek – kan volgens hem een struikelblok vormen, aangezien “in enkele recente adviezen [deze voorwaarde] verengd [werd] tot personen die zich in een eerste integratiefase bevinden.” (Bernaerts, 2020, p. 14). Bij de communicatie rond de coronacrisis “lijkt [dat specifieke doelpubliek] niet te spelen voor besturen [...], waarbij eerder wordt getracht om zoveel mogelijk anderstaligen te bereiken.” (Bernaerts, 2020, p. 14). Bovendien geven volgens Bernaerts de adviezen van de VCT onvoldoende rechtszekerheid en “geen solide juridische basis voor meertalige overheidscommunicatie gerelateerd aan het coronavirus”. (2020, p. 14) Een wettelijk kader zou veel van deze onzekerheid wegnemen:

Zo’n kader kan aangeven welke omstandigheden beantwoorden aan de kenmerken van een crisissituatie (met betrekking tot het taalgebruik door administraties) en criteria aangeven om te bepalen welke taal of talen kunnen of moeten worden gebruikt door een bepaald type van administratie. Dat kader moet uiteraard de voorrang van de taal van het gebied (artikel 4 Gw.) en het gelijkheids- en non-discriminatiebeginsel (artikelen 10 en 11 Gw.) respecteren. (Bernaerts, 2020, p. 14).

Zo’n wettelijk kader zou de inclusieve communicatie tijdens een noodsituatie ongetwijfeld ten goede komen en voor een conform aanbod zorgen in het hele land.

2. Heerlijk helder: het belang van klare taal

Zoals aangegeven heeft communicatie in een vreemde taal verschillende valkuilen. Zonder een technologische oplossing, zal het nooit mogelijk zijn om reflexcommunicatie op een individueel niveau in ieders eigen taal af te leveren, om ervoor te zorgen dat de volledige boodschap correct begrepen wordt. Maar ook in eentalige communicatie zijn er aandachtspunten in acht te nemen die het begrip van een boodschap kunnen verhogen. Zo doet het gebruik van heldere en klare taal de leesbaarheid van een eentalige reflexcommunicatie enorm stijgen. Dit kan niet alleen een oplossing zijn voor communicatie naar anderstaligen met (beperkte) noties van het Nederlands, maar ook naar laaggeletterden, mensen met leesstoornissen, kansarmen³¹ en kinderen/jongeren. Uit het internationale onderzoek PIAAC - *Programme for the International Assessment of Adult Competencies* – bleek in 2013 dat “15% van de volwassenen (16-65 jaar) moeilijkheden [hebben] met lezen en schrijven” in Vlaanderen (Onderwijs Vlaanderen, z.d.). Dit betekent dat één op zeven volwassenen laaggeletterd zijn. Volgens het onderzoek zijn de belangrijkste risicogroepen:

- laaggeschoolden (34% laaggeletterd)
- volwassenen met een lage sociaal-economische status
- ouderen (26% laaggeletterd)
- eerste generatie migranten (41% laaggeletterd)
- anderstaligen (35% laaggeletterd – in een taal die hun niet eigen is)
- niet-actieven (i.e. niet actief op zoek naar werk of beschikbaar voor de arbeidsmarkt, 12% laaggeletterd). (Onderwijs Vlaanderen, z.d.)

Specifiek voor jongeren bleek uit het onderzoek dat 1 op 11 (9%) “van de jongeren in Vlaanderen tussen 16 en 24 jaar [...] moeite [heeft] met een eenvoudige taalopdracht, bijvoorbeeld een gebruiksaanwijzing lezen” (Onderwijs Vlaanderen, z.d.). Dit is een stijging van 4% ten opzichte van een vergelijkbaar onderzoek in 1996. Deze cijfers zijn belangrijk om in het achterhoofd te houden bij het opstellen van een reflexcommunicatie. Indien één op de zeven Vlamingen³² de boodschap niet of onvoldoende begrijpt, bestaat de kans dat hij of zij

³¹ In *Elkaar vinden. Bouwstenen voor het communiceren met kansarme doelgroepen* stellen Eric Goubin en Belinda Mestiaen dat “voorlichtingsboodschappen en bijbehorend tekstmateriaal vaak te moeilijk lees- en begrijpbaar zijn voor grote publieksgroepen. Velen hebben slechts een begrensde scholingsachtergrond” (2003, p. 10).

³² Wegens gebrek aan cijfers omtrent laaggeletterdheid in Brussel en Wallonië, concentreer ik me hier op het Nederlandstalige taalgebied. Ook de aanbevelingen die volgen concentreren zich voornamelijk op de Nederlandse taal.

belangrijke handelsreflexen mist.

In *Leave no One Behind: Improving Health and Risk Communication Through Attention to Literacy* bespreken Rima E. Rudd, John P. Comings en James N. Hyde hoe twee nationale zendingen met belangrijke gezondheidstips in de Verenigde Staten niet het gewenste doel bereikten, omdat ze te weinig aangepast waren aan het taalniveau van de gemiddelde lezer (2003). Het gaat om een brochure uit 1988 om de verspreiding van AIDS te voorkomen, *Understanding Aids* en een postkaart uit 2001 *A Message to Americans*, die veiligheidsinstructies bevatte nadat verschillende media en overheidsmedewerkers brieven met sporen van antrax hadden aangekregen in de nasleep van de terroristische aanvallen op 11 september 2001. Rudd et al. deden de test en besloten dat brochure rond aids een leesbaarheid niveau 8 had (op de SMOG-schaal³³), wat betekent dat 70% van de volwassen bevolking in de Verenigde Staten de boodschap kon lezen, maar 30% de informatie moeilijk tot niet kon begrijpen (2003, p. 109). De postkaart, die binnen een veel kortere tijdspanne werd opgesteld en verspreid (+/- 4 weken), had nog een hogere leesbaarheidsscore (niveau 10 op de SMOG-schaal), omwille van verscheidene moeilijke woorden als *priority*, *security*, *paramount*, *excessive*, *authorities*, *restrictive* en zinnen als *notify local law enforcement authorities* in plaats van *call the police* (Rudd et al., 2003, pp. 110-111). In tegenstelling tot de brochure rond aids, was er bij de opmaak van de postkaart geen tijd voor focusgroepen en interviews om de boodschap zo goed mogelijk af te stemmen op het doelpubliek. Rudd et al. besluiten dat aandacht voor leesbaarheid in risicocommunicatie essentieel is, zeker wanneer het om waardevolle instructies gaat die een impact kunnen hebben op gezondheid (2003, p. 112). Dergelijke communicatie moet volgens hen zoveel mogelijk worden afgestemd met het gewenste doelpubliek. Als er focusgroepen gehouden worden, moeten deze minstens personen bevatten die bv. geen hoger diploma hebben dan een middelbaar diploma (Rudd et al., 2003, p. 112). Wanneer hier geen tijd voor is, moet de overheid, volgens de auteurs, kunnen terugvallen op een

multidisciplinair team van deskundigen op het gebied van communicatie en gezondheidsgeletterdheid, om als *first responders* op te treden in een crisis en

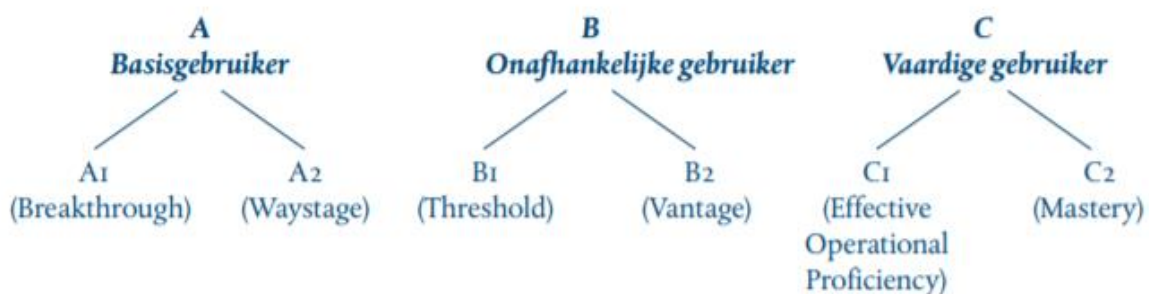
³³ Voor meer informatie over deze SMOG-methode om de leesbaarheid van een tekst te beoordelen, consulteer Mc Laughlin, G. H. (1969). SMOG Grading — a New Readability Formula. *Journal of Reading*, 12(8), 639–646. Geraadpleegd van https://ogg.osu.edu/media/documents/health_lit/WRRSMOG_Readability_Formula_G._Harry_McLaughlin_1969_.pdf

overheidsorganisaties te helpen om een duidelijk, echt en effectieve boodschap op te stellen en te verspreiden (Rudd et al., 2003, p. 112).

Dit stipt dus de noodzaak aan voor discipline 5 om zich te verdiepen in het gebruik van klare taal en voldoende “aandacht te besteden aan leesvaardigheid en aan belangrijke elementen van een boodschap zoals woordenschat, zinsconstructie, formaat en andere factoren met een impact op leesbaarheid die de toegang tot geschreven informatie kunnen verhogen of beperken” (Rudd et al., 2003, p. 107). Kortom, het taalniveau van de boodschap moet aangepast zijn aan zij die het minst taalvaardig zijn.

2.1. Taalniveaus

In 2001 publiceerde de Raad van Europa het *Common European Framework of Reference for Languages*, een geheel aan “objectieve criteria om taalvaardigheid te beschrijven” om zo een “gemeenschappelijke basis voor de uitwerking van lesprogramma's, leerplanrichtlijnen, examens, leerboeken en dergelijke in heel Europa” te verschaffen (Raad van Europa, 2001). Dit referentiekader splits de drie basisniveaus (A: basisgebruiker, B: onafhankelijke gebruiker, C: vaardige gebruiker) steeds op in twee subniveaus.



Figuur 10 - Taalniveau's. Overgenomen van *Gemeenschappelijk Europees Referentiekader voor Moderne Vreemde Talen: Leren, Onderwijzen, Beoordelen*. [Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment.] (p. 25) door Raad van Europa (Nederlandse Taalunie, vert.), 2001/2008, Den Haag, Nederland: Taalunie. Copyright 2008 by Nederlandse Taalunie.

Op een globale schaal komen deze verschillende niveaus overeen met volgende criteria voor het lezen van teksten:

- A1: kan vertrouwde namen, woorden en zeer eenvoudige zinnen begrijpen, bv. posters of boodschappen in catalogi
- A2: kan korte en eenvoudige teksten begrijpen, bv. advertenties, folders, menu's, eenvoudige, persoonlijke brieven.
- B1: kan teksten begrijpen over alledaagse of werkgerelateerde onderwerpen.
- B2: kan langere teksten begrijpen met betrekking op eigentijdse problemen, bv. artikels, verslagen, eigentijds literair proza
- C1: kan lange en complexe teksten begrijpen, bv. gespecialiseerde artikelen en technische instructies
- C2: kan alle vormen van geschreven taal begrijpen, bv. specialistische artikelen en literaire werken. (Raad van Europa, 2001)

Bij onze noorderburen bestaan er strenge regels omtrent aangepast taalgebruik. De Nederlandse Rijksoverheid hanteert voor al zijn communicatie het taalniveau B1 als norm:

Taalniveau B1 staat voor eenvoudig Nederlands. De overgrote meerderheid van de bevolking begrijpt teksten die op taalniveau B1 zijn geschreven. Ook mensen die geen (hoge) opleiding hebben gehad. Taalniveau B1 kenmerkt zich door het gebruik van veel voorkomende woorden en korte, eenvoudige en actieve zinnen. [...] Overheden en bedrijven schrijven hun teksten meestal op taalniveau C1. Maar voor veel mensen zijn die teksten niet goed te begrijpen. Taalniveau B1, eenvoudig Nederlands, is niet alleen geschikt voor mensen met een lager opleidingsniveau. Ook hoger opgeleiden en professionals lezen meestal liever teksten op taalniveau B1 dan op taalniveau C1. Een tekst op taalniveau B1 leest namelijk gemakkelijker en sneller. (Rijksoverheid, 2018)

Ook Ingrid Tiggelovend stelt in haar boek *Diversiteitscommunicatie. Verbindende communicatie & marketing* dat “medewerkers [...] meestal op taalniveau C1 [schrijven, hoewel] het merendeel van de bevolking zich op niveau B1 bevindt” (2019, p. 83). Toch beschouwt de Nederlandse Stichting Lezen en Schrijven zelfs dit niveau nog te moeilijk voor laaggeletterden. Zij raden aan om teksten te schrijven op taalniveau A2, om ervoor te zorgen dat ook personen met een minimaal taalniveau “volwaardig aan de Nederlandse maatschappij [...] kunnen meedoen” (Stichting Lezen en Schrijven, 2017). Tijdens een interview met Joke Van den Bulck, medewerker taalbeleid en taalpromotie bij atlas, integratie & inburgering Antwerpen, vreesde zij voor de haalbaarheid van deze richtlijn bij crisiscommunicatie:

Natuurlijk hoe lager, hoe beter. Maar ik denk dat B1 in veel gevallen realistischer is. Als je kijkt naar de omschrijvingen uit het Europees Referentiekader voor A1: het taalgebruik is eenvoudig,

de woorden zijn hoogfrequent, bekend uit de eigen taal of behoren tot internationaal vocabulaire. Hoogfrequente woorden, dat is al niet altijd het geval bij crisiscommunicatie. Teksten zijn helder van structuur met visuele ondersteuning. Dus het visuele moet er sowieso zijn, want nu ook niet altijd zo is. Het moet kort zijn: dat was nu [in de gegeven voorbeelden – zie bijlage 1-] wel. Het gaat over alledaagse onderwerpen, van concrete aard. Dat is het ook niet. Daarom denk ik dat A2 ideaal is, maar in de praktijk niet altijd realistisch. Terwijl B1 wel altijd realistisch is. Als je daar de criteria leest: teksten kunnen al wat langer zijn, betekenis van zo nu en dan voorkomende onbekende woorden kunnen afleiden uit de context,...(interview Joke Van den Bulck, bijlage 1).

Atlas, integratie & inburgering Antwerpen geeft dus ook B1 als richtlijn.

Accessibility, een onafhankelijke Nederlandse expertise- en onderzoeksinstituut voor ICT-toegankelijkheid, biedt online een gratis tool aan om het taalniveau van teksten na te kijken³⁴. Enkele voorbeelden van reflexcommunicatie haalde volgende resultaten:

- Op 7 april 2019 was er een brand in een meubelzaak in Vilvoorde. Inwoners ontvingen het volgende sms-bericht via BE-Alert: “Brand Vilvoorde: Be-Alert - Brand Big Boss Kolvenierstraat, wegens rookoverlast ramen en deuren preventief gesloten houden” (Gemeente Vilvoorde, 2019). Dit bericht heeft taalniveau **B2**.
- Op 5 april 2019 waren de noodnummers tijdens niet bereikbaar, omwille van een technische storing bij Proximus. Vanuit het Nationaal Crisiscentrum werd volgend Facebookbericht verstuurd: “Noodnummers 112, 100 en 101 tijdelijk moeilijk bereikbaar door een storing bij de telecomoperatoren. Als het leven van een persoon in gevaar is, kan je uitzonderlijk via sms contact opnemen met de noodcentrales via het telefoonnummer 8112” (Crisiscentrum / Centre de Crise, 2019). Dit bericht heeft taalniveau **B2 / C1**.
- Op 15 januari 2018 vond er een gasexplosie plaats op de Paardenmarkt te Antwerpen. Het eerste bericht via Twitter van Brandweerzone Antwerpen was: “Explosie van woningen aan de #Paardenmarkt. We zijn er massaal ter plaatse en hebben ook nog ploegen onderweg. Hou de omgeving vrij en laat de hulpdiensten door. Meer info volgt.” (BZAntwerpen, 2018). Dit bericht heeft taalniveau **B1**.
- Op 18 oktober 2019 was er een zwaar verkeersongeval te Mol, waarbij een vrachtwagen met gevaarlijke stoffen betrokken was. Dit was het eerste bericht op hun website: “Burgemeester Wim Caeyers kondigt het gemeentelijk rampenplan af op

³⁴ <https://www.accessibility.nl/kennisbank/tools/leesniveauctool>

advies van de brandweer. Er gebeurde een zwaar verkeersongeval met een vrachtwagen op de Zuiderring (N71) ter hoogte van de Postelsesteenweg. De Zuiderring is volledig afgesloten in beide rijrichtingen. Het verkeer wordt omgeleid via de Kiezelweg en Paviljoenstraat. In het ongeval is een ADR-vrachtwagen betrokken die toxische stoffen vervoert. Deze stoffen zijn licht ontvlambaar. De brandweer en politie zijn ter plaatse. Er zijn geen gewonden. Omwonenden krijgen het advies ramen en deuren gesloten te houden. De crisiscel komt op dit ogenblik samen en bekijkt welke maatregelen er genomen moeten worden.” (Gemeente Mol, 2019). Dit bericht heeft taalniveau **B2**.

Enkel de laatste reflexcommunicatie van Brandweerzone Antwerpen valt dus binnen de norm van taalniveau B1. De andere voorbeelden hanteren in principe een te hoog taalniveau voor een groot deel van de bevolking.

2.2. Tips om teksten aan te passen

Verschillende overheidsinstanties en vzw's geven tips om op een aangepast taalniveau te communiceren. Uit *Diversiteitscommunicatie. Verbindende communicatie & marketing*, van Ingrid Tiggelovend (2019), *Tante Mariette en haar fiets* van Eric Goubin (2017), de brochure *Heerlijk Helder. Twintig tips voor een helder taal en heldere teksten*, van de Vlaamse Overheid (2017), de brochure *Communicatie voor iedereen* van de Stad Antwerpen (2012), de brochure *Eenvoudige taal voor laaggeletterden* van de Nederlandse Stichting Lezen & Schrijven (2017) en de websites van *Klare Taal rendeert* (z.d.-c)³⁵ en *Wablieft* (z.d.) verzamelde ik volgende tips, toepasbaar op reflexcommunicatie:

1. Schrijf lezersgericht

- a. Spreek de lezer persoonlijk aan. Gebruik jij of u, in plaats van 'men'. Bijvoorbeeld 'U kunt niet meer rijden op de Zuiderring.' in plaats van 'De Zuiderring is afgesloten.'
- b. Stel eenvoudige vragen, die aangeven waar de lezer nood aan heeft. Bijvoorbeeld 'heeft u last van rook? Sluit ramen en deuren.'
- c. Focus op de kernboodschap. Start met de belangrijkste informatie en beperk andere bijkomstige informatie. Bij een langere tekst, herhaal de belangrijkste informatie.

³⁵ Deze website kreeg in juni 2020 een nieuw jasje en heet nu diversiteitspraktijk.be. De website is een initiatief van atlas, integratie & inburgering Antwerpen en bevat waardevolle tips rond toegankelijke communiceren.

- d. Procesinformatie geven kan, maar hou het lezersgericht: welke boodschap wil je echt geven (bv. vraag om even geduld) ? Anders hoort deze informatie eerder achteraan in het bericht of schrap je deze beter.
2. Schrijf zoals je praat
 - a. Gebruik korte zinnen met maximaal 10 woorden per zin.
 - b. Schrijf actieve zinnen. Vermijd passiefvormen: zinnen met ‘worden’ zijn moeilijker te begrijpen. Bijvoorbeeld ‘De politie blokkeert volgende straten’ in plaats van ‘Volgende straten worden afgesloten’.
 - c. Gebruik alledaagse woorden³⁶ van maximaal drie lettergrepen. geen jargon (opgelet dus voor woorden als discipline, perimeters, overheden). Als er moeilijke woorden nodig zijn, leg ze uit. Waar mogelijk, gebruik (internationale) woorden die in vele vreemde talen voorkomen in plaats van de Nederlandse variant. Die zijn duidelijker voor anderstaligen. Bijvoorbeeld, starten in plaats van beginnen, controleren in plaats van nakijken, telefoneren in plaats van bellen.
 3. Vermijd het gebruik van
 - a. Afkortingen
 - b. Spreekwoorden of figuurlijke taal
 - c. Homoniemen, i.e. woorden die een dubbele betekenis hebben
 - d. Synoniemen. Blijf consistent in woordkeuze en gebruik steeds hetzelfde woord.
 - e. Getallen voluit geschreven. Schrijf ze liever in cijfers. Datums zijn hierop een uitzondering. Schrijf de maand voluit om verwarring met internationale schrijfwijzen (bv. maand – dag – jaar) te vermijden.
 - f. Veel negaties. Formuleer de boodschap op een positieve manier, bijvoorbeeld ‘de brand kan zich verspreiden’ in plaats van ‘het is niet uit te sluiten dat de brand zich zal verspreiden’
 4. Let op je zinsstructuur. Probeer zo veel mogelijk de ‘vaste’ structuur te respecteren: onderwerp – persoonsvorm – lijdend voorwerp. Gebruik geen tangconstructies: hou werkwoorden bij elkaar en dicht bij het onderwerp. Splits samengestelde zinnen op in meerdere zinnen.
 5. Gebruik bij instructies de gebiedende wijs. Bijvoorbeeld ‘ga naar binnen en blijf binnen’ in plaats van ‘we vragen u om tijdelijk te schuilen’.

³⁶ De websites <https://www.ishetb1.nl/> en <https://www.zoekeenvoudigewoorden.nl> hebben een zoekfunctie om de moeilijkheidsgraad van woorden te testen. Isetb1.be stelt ook alternatieven voor.

6. Indien het kanaal het toelaat, let op de vormgeving
 - a. Maak de tekst op volgens een logische structuur. Start met een duidelijke titel. Maak per boodschap een nieuwe alinea, met tussentitels. Beperk alinea's tot maximaal 10 zinnen. Gebruik voldoende witregels.
 - b. Zet de belangrijkste informatie in het vet.
 - c. Zet geen volledige woorden in hoofdletters.
 - d. Gebruik één lettertype, dat voldoende groot en schreefloos is.

Het toepassen van bovenstaande tips op de voorbeelden van reflexcommunicatie in deel 2.2.1 levert volgende 'hertaalde' teksten op, in overleg met Joke Van den Bulck:

- BE-Alert: Brand in Big Boss Kolvenierstraat in Vilvoorde. Er is veel rook. Houd ramen en deuren goed dicht. Dit bericht heeft taalniveau **A1**.
- U kan tijdelijk niet telefoneren naar 112, 100 en 101. Er is een technische storing. Hebt u een dringend noodgeval? Sms dan naar de noodcentrales op het nummer 8112. Dit bericht heeft taalniveau **A1**.
- Explosie van woningen aan de Paardenmarkt. Houd de straten in de buurt vrij zodat de brandweer, ambulance en politie snel door kunnen. U krijgt nog meer info. Dit bericht heeft taalniveau **B1**.
- Er gebeurde een zwaar verkeersongeval op de Zuiderring ter hoogte van de Postelsesteenweg. Dit ongeval gebeurde met een vrachtwagen die giftige stoffen vervoert. Die kunnen in brand schieten. De brandweer en politie zijn op de plaats van het ongeval. Er zijn geen gewonden.

Let op:

- U kan niet meer rijden op de 2 rijrichtingen van de Zuiderring. U moet langs de Kiezelweg en Paviljoenstraat.
- Woont u in de buurt? Houd dan uw ramen en deuren gesloten.

De burgemeester kondigt het gemeentelijk rampenplan af. U krijgt nog meer info. Dit bericht heeft taalniveau **B1**. (bijlage 1)

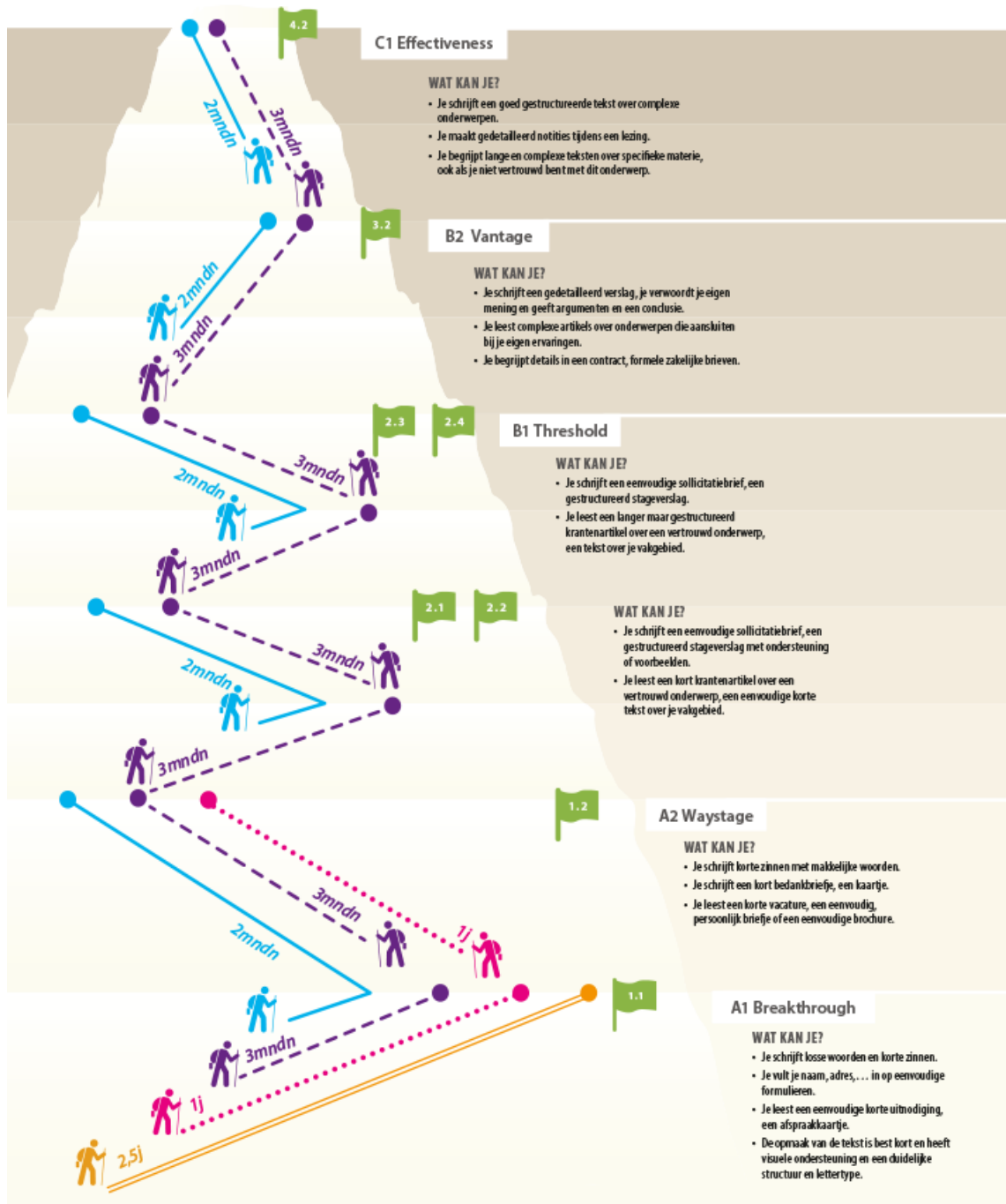
Aangepaste woordkeuze, zinsconstructie en persoonlijke aansprekingen maken een reflexcommunicatie dus meer leesbaar voor iedereen.

Om het taalniveau van een tekst te meten, bestaan er verschillende online tools, bv. Accessibility Tool of Texamen. Deze geven een goede indicatie van de moeilijkheidsgraad van een tekst. Texamen, een betalende tool, geeft eveneens weer er moeilijke of formele woorden,

lange, passieve of ingewikkelde zinnen of nominalisaties in staan. In Nederland beschikken redacteuren voor rijksoverheid.nl ook over software om teksten te scannen (Rijksoverheid, 2018). Helder taalgebruik is echter geen exacte wetenschap, volgens Joke Van den Bulck:

Je mag dit niet zomaar klakkeloos overnemen. Je moet onderzoeken of echt dit klopt. [...] Zeker als het korte teksten zijn, heeft de [Accessibility] website niet voldoende referentiepunten om het niveau te bepalen. Ik gebruik hem ook wel vaak, om een beginpunt te hebben, maar ik vergelijk hem heel vaak met [het] schema [waarop de verschillende niveau's staan beschreven (figuur 11, p. 56)]. [...] De meeste informatie haal je eigenlijk uit het Europees Referentiekader. Daar staat echt elk niveau heel uitgebreid omschreven. (bijlage 1)

De voornaamste moeilijkheid bij het gebruik van tools en bij het hertalen van een tekst in het algemeen ligt voor Van den Bulck bij het feit dat B1 en B2 ruime niveaus zijn (bijlage 1). Onder niveau B1 vallen opleidingsmodules 2.1 tot en met 2.4 (bijlage 1). Figuur 11 illustreert dit. In een Centrum voor Volwassenonderwijs doet een student er gemiddeld zes maanden over om niveau B1 te bereiken. Om vervolgens niveau B2 te behalen, legt de student een traject van één jaar af. Er zit dus best een groot verschil tussen iemand die net niveau B1 behaald heeft of iemand die bijna aan niveau B2 zit. Omwille van deze grote marge is het best om, zoals Van den Bulck stelt, de tools slechts te gebruiken als een indicatie, maar vooral te concentreren op de tips rond helder taalgebruik, in combinatie met de criteria per taalniveau van het Europees Referentiekader (bijlage 1). Als discipline 5 meer aandacht besteden aan helder taalgebruik en eventueel zelfs taaltrainingen voorzien, is dus een stap in de goede richting.



Alfabetiseringstraject
Centrum voor Basiseducatie

Centrum voor
Basiseducatie

Centrum voor
Volwassenenonderwijs

Universiteit
Talentencentrum

In het schema zie je hoelang een standaardtraject NT2* duurt. Er is grote variatie in NT2-trajecten. Wil je anderstaligen doorverwijzen naar een NT2-traject? Contacteer het Agentschap, Atlas, In-Gent en Huis van het Nederlands Brussel.

*Standaardtraject NT2= zie schema, gemiddeld 6 uur les per week

Figuur 11 - Nederlands leren: schriftelijk. Overgenomen van *Schema Nederlands Leren* door atlas, integratie & inburgering Antwerpen, 2018. Copyright 2018 by Agentschap Integratie & Inburgering, atlas, integratie & inburgering Antwerpen, Huis van het Nederlands Brussel en In-Gent Integratie en Inburgering. Gevonden op <https://www.atlas-antwerpen.be/nl/schema-nederlands-leren>

3. Aandacht voor visuele communicatie

Naast het hanteren van heldere taal, stelt *Klare Taal rendeert*³⁷ ook “duidelijke functionele visuele ondersteuning” als een voorwaarde voor een duidelijke communicatie (z.d.-b). Ook Tiggelovend beaamt de ondersteunende kracht van beelden. In haar boek spreekt ze over het *picture superiority effect*, i.e. het feit dat onze hersenen beelden veel beter en sneller opnemen dan taal (2019, p.88). Een beeld trekt de aandacht, spreekt meer aan, brengt verduidelijking en zorgt voor herkenbaarheid. Toch moeten ook beelden met enige voorzichtigheid gebruikt worden. Tiggelovend geeft aan dat “beelden [...] nooit betekenisloos [zijn]. Culturele en sociale codes en de persoonlijke interpretatie beïnvloeden de manier van kijken. [...] Beelden kunnen verbinden, maar ook verdeeldheid zaaien door hun meervoudige betekenis” (2019, p.88). Ook bij het gebruik van beelden moet men dus steeds stilstaan bij het beoogde doel.

3.1. Keuze van een beeld

Bij reflexcommunicatie moet er snel een beeld gekozen worden. Tijd voor een professionele fotografie of grafische bewerking is er niet. In de meeste noodsituaties zal er gebruik gemaakt worden van:

- Een foto van de noodsituatie. Bijvoorbeeld bij een brand of een giftige wolk kan dit helpen om snel duidelijk te maken wat er aan de hand is.
- Ondersteuning bij instructies. Door visuele ondersteuning te bieden bij de handelsreflexen zal het voor velen sneller duidelijk zijn hoe ze zich kunnen beschermen.
- Een stockfoto. Wie beschikt over een grote databank aan foto's, kan op stock- of archieffoto's terugvallen bij gebrek aan een alternatief, bv. bij een niet-visuele noodsituatie zoals een panne van de noodnummers of een nucleair ongeval.

*Klare taal rendeert*³⁷ geeft enkele belangrijke tips om een goed beeld te kiezen:

- Geef alleen de essentie weer. Bij het advies ‘Sluit ramen’ is het dus niet opportuun om een heel huis weer te geven. Kies eerder voor een duidelijk beeld van een raam.
- Gebruik een beeld dat zoveel mogelijk overeenkomt met de realiteit. Deuren komen bijvoorbeeld in vele maten en vormen. Bij het advies ‘sluit deuren’ geef het beeld best een herkenbaar standaardmodel weer.

³⁷ Zie voetnoot op pagina 52.

- Verkies foto's boven tekeningen. Foto's zijn vaak gemakkelijker te interpreteren.
- Wees waakzaam over de kwaliteit. Foto's op de plaats van een noodsituatie zijn vaak snel genomen met wat de D5-verantwoordelijke (of collega-hulpverlener) voorhanden heeft. Toch is het belangrijk om foto's te gebruiken die voldoende scherp en duidelijk zijn.
- Zorg voor een neutrale achtergrond. Overbodige informatie kan tot verwarring leiden. Door de drukte van een rampenterrein is deze tip vaak moeilijk om toe te passen. Toch kan er gezorgd worden dat het 'onderwerp' een centrale plaats inneemt op het beeld.
- Gebruik steeds dezelfde foto om hetzelfde af te beelden. Dit zorgt voor herkenbaarheid. (z.d.-a)

Minder bruikbaar voor reflexcommunicatie, maar toch belangrijk om over te waken is de tip die Goubin geeft in *Tante Mariette en haar fiets* om steeds voor "diversiteit en authenticiteit" te zorgen in beeldmateriaal (p. 84). Het gaat erom te kiezen voor beelden waarin iedereen zich kan herkennen – niet enkel de gemiddelde, blanke Vlaming – en stereotiepe beelden te vermijden.

3.2. Visualiseren met pictogrammen

Visualiseren – i.e. het gebruiken van visuele "hulpmiddelen om geschreven of gesproken taal te verduidelijken" – is een veelgebruikte methode in de zorg om personen die moeilijkheden hebben om te communiceren te helpen (De Rijdt, 2017). Visualisaties zijn foto's of pictogrammen die o.a. ingezet worden om structuur te bieden – bv. een kalender met picto's per dag –, om ondersteuning te geven bij het uitvoeren van opdrachten, – bv. picto's die een bepaalde opdracht in stappen splitst –, of om te helpen communiceren, – bv. het aanduiden van picto's om een nood weer te geven (De Rijdt, 2017). In reflexcommunicatie kan het ingezet worden om handelsreflexen duidelijk en uniform weer te geven, omdat hier vaak de mogelijkheid van een foto ontbreekt. In *Werken met visualisaties* geeft Chris De Rijdt aan wat een visualisatie of pictogram succesvol maakt.

- Een pictogram moet zo concreet mogelijk zijn en duidelijk zijn zonder context. De Rijdt pleit er ook voor om een pictogram steeds te combineren met tekst. Dit vergroot de herkenbaarheid.
- Een pictogram moet eenvoudig zijn. Gebruik een set pictogrammen met dezelfde afmetingen, in dezelfde kleuren.

- Een pictogram moet eenduidig zijn. Zij zijn enkel efficiënt als ze maar één betekenis of interpretatie hebben. (De Rijdt, 2017)

Sclera vzw, een vzw die zich toelegt op “het realiseren van communicatieve en verstandelijke toegankelijkheid”, ontwikkelde een grote databank aan pictogrammen die vrij te gebruiken zijn via www.sclera.be (Sclera, z.d.). De pictogrammen zijn opgemaakt vanuit hun expertise, met de nodige uniformiteit en met zwart-wit tekeningen, wat een groot voordeel zou zijn voor slechtzienden en personen met autisme spectrum stoornis (Sclera, 2012, p. 11). In hun jaarverslag van 2012 staat te lezen dat de pictogrammen

aanvankelijk ontworpen [werden] om duidelijkheid en structuur te bieden aan mensen met een verstandelijke handicap. Omdat Sclera vzw gelooft dat iedereen voordeel heeft bij het gebruik van visualisaties, werd het doelpubliek verruimd naar (onder meer) anderstaligen, personen met een fysieke handicap, senioren, buitengewoon onderwijs, regulier onderwijs, geïntegreerd onderwijs, laaggeletterden, personen met autisme spectrum stoornis, afasie patiënten, enz. (Sclera, 2012, p. 6)

Toch benadrukken ze ook dat hun databank niet bedoeld is als universeel communicatiemiddel, maar “op maat en vraag van de specifieke en individuele noden” (Sclera, 2012, p. 6). Daarom bieden zij voor eenzelfde beeld vaak verschillende alternatieven. Dit is natuurlijk niet conform aan reflexcommunicatie, waarbij men zoveel mogelijk personen met één communicatie wil bereiken. Ook in het gebruik van pictogrammen is het dus belangrijk om te onthouden dat culturele en sociale verschillen meespelen en dat een bereik van 100% onrealistisch is. Joke Van den Bulck beaamt dit:

Je boodschap visueel ondersteunen is een goede insteek, tenzij dat je visuele ondersteuning niet duidelijk is. Dit is dikwijls bij pictogrammen het geval. Een pictogram is iets abstract, dit is niet hoe de realiteit eruit ziet [...] Ik denk dat je altijd moet afwegen: een foto is altijd het beste, een pictogram kan werken als dit ooit is aangeleerd geweest, zoals bv. de pictogram voor nooduitgang of het I-symbool. Je zou een testgroep moeten hebben om te bepalen of het helpt of het extra verwarrend maakt. (bijlage 1)

In de blogpost “Over zin en onzin van pictogrammen” waarschuwt ook Wablieft voor het ondoordacht gebruik van pictogrammen. Pictogrammen zijn vaak niet duidelijk, te abstract en vergen een voorkennis om te begrijpen (Janssens, 2020). Zij raden ook eerder het gebruik van foto’s aan. Wie toch pictogrammen wil gebruiken, moet ervoor zorgen dat deze eenduidig zijn, dat zijn of haar doelpubliek hier voldoende bekend mee is en dat er een vast gebruik is van dezelfde pictogrammen binnen de organisatie (Janssens, 2020). Wablieft verwijst eveneens

naar de Sclera-databank voor goede pictogrammen.

Sclera vzw is niet meer actief sinds 2015, en dus wordt de databank niet meer aangevuld. Enkele alternatieven voor de Sclera-databank zijn Visitaal (<https://visitaal.nl> - Nederlandse vzw, betalende databank), The Noun Project (<https://thenounproject.com/>) en de OCHA- iconen, een collectie van 500 humanitaire symbolen uitgewerkt door de *United Nations Office for the Coordination of Humanitarian affairs* om hulpverleners in noodsituaties te helpen communiceren (Reliefweb, 2018). Deze databank biedt echter weinig opties voor veelvoorkomende handelsreflexen als ramen en deuren sluiten, omgeving vermijden of naar de media luisteren. De online tool Pictoselector (<https://www.pictoselector.eu/>) laat toe om meerdere pictogramdatabanken te doorzoeken, inclusief de Sclera-databank en de OCHA-symbolen. De site Text2Picto (http://picto.ccl.kuleuven.be/T2P/index_pipeline.php) vertaalt korte zinnen rechtstreeks naar passende pictogrammen. Dit kan nuttig zijn om in een crisissituatie een passende pictogram te vinden. Maar – met de opmerkingen van Van den Bulck en Wablieft in het achterhoofd – kan het voor discipline 5 ook interessant zijn om een eigen databank met crisis-specifieke pictogrammen en foto's te ontwikkelen, deze nationaal ter beschikking te stellen en vooraf te testen met een gevarieerd publiek van hoog- en laagtaalvaardigen om er zeker van te zijn dat deze pictogrammen duidelijk zijn en niet voor extra verwarring zorgen.

Bij visuele communicatie moet er ten slotte ook aandacht zijn voor het kanaal. Voorlopig lenen enkel website en sociale media zich ertoe om een eigen pictogram of foto toe te voegen. Daarnaast bestaat er de mogelijkheid om afbeeldingen in te voegen in een e-mailbericht van BE-Alert. Alleen is dit kanaal niet erg opportuun voor reflexcommunicatie waarbij er meteen een handeling van de ontvanger verwacht wordt. Idealiter zouden duidelijke afbeeldingen of pictogrammen worden meegestuurd met een (alert-)sms. Dit kan een verbetering zijn naar de toekomst toe.

Ervaringen uit COVID-19

De coronacrisis bracht erg veel nieuwe begrippen met zich mee, – e.g. lockdown, social distancing, contactopvolging, triagecentrum –, termen waarvoor het moeilijk is een klare taalvariant te vinden. Bovendien werden de coronamaatregelen steeds vertaald naar een beleidsdocument – de zogenaamde FAQ – waar er weinig tot niets aan mocht gewijzigd worden nadat alle partijen zich akkoord hadden verklaard met de inhoud. Het helder taalgebruik was dus op momenten ver zoek.

Bij het opstellen van het samenwerkingsakkoord tussen het NCCN, Agentschap Integratie en Inburgering en atlas, integratie & inburgering Antwerpen werd meteen de voorwaarde opgenomen dat alle brondocumenten voor vertaling eerst een grondige klare taal-check moesten krijgen. Experts van atlas, integratie & inburgering Antwerpen zorgden ervoor dat de teksten tot B1/A2-niveau werden herleid. Zo is ook de vertaalde tekst veel begrijpelijker voor het doelpubliek. Deze hertaalde teksten werden ook zoveel mogelijk overgenomen op de website info-coronavirus.be en gebruikt voor het communicatiemateriaal.

Naast een klare taal-check gingen ook de collega's van Vocvo – het Vlaams ondersteuningscentrum voor volwassenenonderwijs, waar o.a. Wablieft deel van uitmaakt – met de tekst aan de slag. Zij zetten diezelfde informatie om naar zeer eenvoudig Nederlands – wat nog een stap verder gaat dan klare taal -, beeldmateriaal en video's. Aan de hand van foto's (geen pictogrammen) en minimale woorden zetten zij gecompliceerde gezondheidsadviezen en coronamaatregelen naar laagdrempelige informatie voor laagtaalvaardigen. Een overzicht van de materiaal is te vinden op <https://www.wablieft.be/nl/corona-in-eenvoudige-taal>.

4. Gebarentaal

Een laatste aandachtspunt binnen het aspect 'taal' is gebarentaal. Vlaamse gebarentaal (VGT) of Langue de Signes de Belgique Francophone (LSFB) zijn talen op zich en dus geen afgeleiden van gesproken Nederlands of Frans. Net als een andere taal evolueert ook de gebarentaal, zijn er regionale dialecten en heeft het een eigen grammatica (Doof Vlaanderen, z.d.). Voor vele doven en slechthorenden is geschreven taal dus ook een tweede taal en geen gelijkwaardig alternatief voor gebarentaal (Doof Vlaanderen, persoonlijke communicatie, 8 augustus 2019). Op 8 augustus 2019 vond er, naar aanleiding van deze thesis, een eerste gesprek plaats tussen het Nationaal Crisiscentrum en Doof Vlaanderen om te bekijken hoe de communicatie tijdens een noodsituatie naar de dove gemeenschap kan verbeterd worden. Er werd onder meer het idee geopperd om – naar analogie van Team D5 – een groep van tolken te maken die vrijwillig standby zijn en die in noodsituaties ingezet kunnen worden als afstandstolk bij het contactnummer 1771 of als simultaan tolk bij persconferenties. Dit idee is momenteel nog in uitwerking, in samenspraak met Doof Vlaanderen, CAB Vlaanderen, Service d'Interprétation des Sourds de Wallonie, InfoSourds Bruxelles, Fédération Francophone des Sourds de Belgique en de Beroepsvereniging Vlaamse Gebarentaaltolken. Door de coronacrisis liep dit project vertraging op.

Bij de eerste reflexcommunicatie speelt opnieuw het aspect tijd parten. Hiervoor wordt een alternatief voorstel uitgewerkt : een databank met video's met de meest voorkomende handelsreflexen in gebarentaal. Deze video's zouden via een combinatie van een sms en mailcampagne BE-Alert aan slechthorenden en doven bezorgd kunnen worden. Na uitwerking van dit voorstel zou er ook een bijbehorende BE-Alertcampagne gevoerd moeten worden, specifiek naar de dovengemeenschap, met de oproep om zich te registreren. Dit past binnen het idee om meer in te zetten op registratie van moeilijk bereikbare doelgroepen via specifieke campagnes met brugfiguren of organisaties (zie Kanaal, 2.2).

Ervaringen uit COVID-19

Door de gesprekken die reeds hadden plaatsgevonden naar aanleiding van deze thesis, kon er bij de start van de coronacrisis vrij snel een drieledig aanbod voor doven en slechthorenden worden opgezet:

- De gezondheidsadviezen werden omgezet in verschillende video's in Vlaamse Gebarentaal, Langue des Signes de Belgique Francophone en Duitse gebarentaal.
- In samenspraak met CAB Vlaanderen werden de openingsuren van afstandstolken – i.e. tolken via de telefoon – uitgebreid zodat doven en slechthorenden naar het informatienummer, naar de dokter of het ziekenhuis konden bellen.
- De persconferenties werden live getolkt in VGT en LSFb. Uniek aan deze live tolksessies was een samenwerking tot horende en dove tolken. Eén horende tolk achter de camera vertaalt de informatie van gesproken taal naar gebarentaal. De dove tolk – die zichtbaar is in beeld – zet deze gebarentaal vervolgens om naar gebarentaal op maat van de dovengemeenschap. Dit zorgt voor beter kwaliteit.

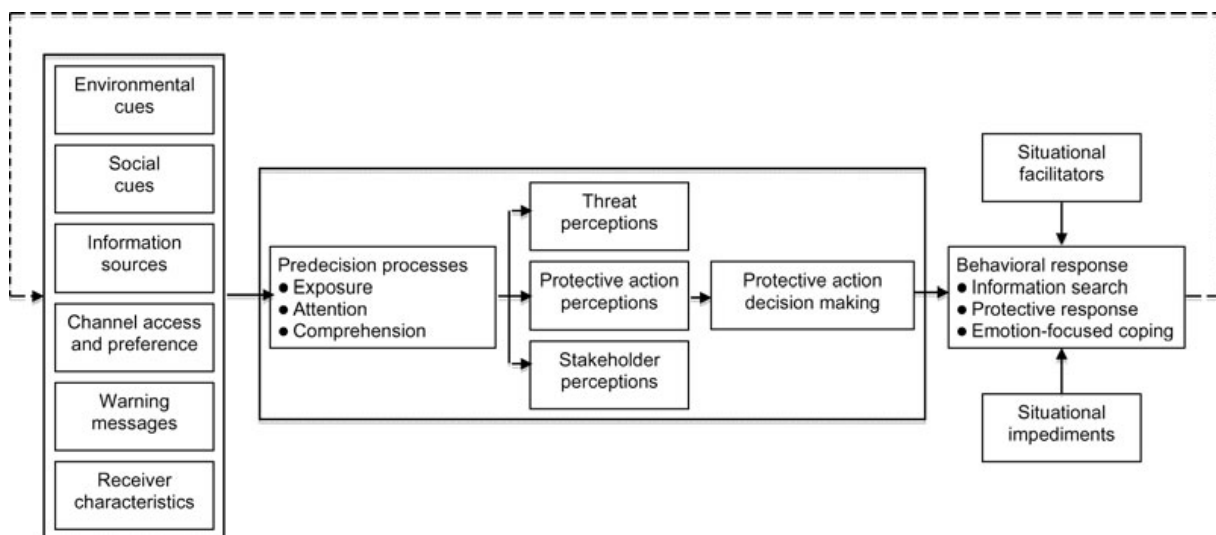
Dit was de eerste keer dat er dergelijke aanbod aan informatie beschikbaar was voor doven en slechthorenden tijdens noodsituaties in België. Het streefdoel is om dit aanbod de standaard te maken.

INHOUD – DE BOODSCHAP UITVOEREN

Zelfs wanneer iemand een reflexcommunicatie ontvangt én begrijpt, kunnen er nog barrières zijn die deze persoon beletten de instructies in het bericht ook uit te voeren. Om deze barrières te identificeren, baseer ik me op het Protective Action Decision Model, een theoretisch model ontwikkeld door Michael K. Lindell en Ronald W. Perry, dat beschrijft welke factoren invloed kunnen hebben op de beslissing van een persoon om al dan niet bepaalde beschermingsmaatregelen te nemen. Ik licht enkele aspecten uit dit model toe, waarbinnen discipline 5 de mogelijkheid heeft om aandacht aan inclusiviteit te besteden.

1. Theoretisch model : The Protective Action Decision Model

Het Protective Action Decision Model is het resultaat van uitgebreide research van verschillende rampen, gecombineerd met bestaande inzichten en theorieën rond *social influence, behavioural evaluation and choice* en *social and cognitive process* toegepast op *disaster response* en *hazard adjustment processes* (Lindell & Perry, 2004). Het resulterende model geldt volgens auteurs Lindell en Perry zowel voor risicocommunicatie – i.e. communicatie over risico's wanneer er geen sprake is van een imminente dreiging – en crisiscommunicatie, in het specifiek alarmeringen – i.e. waarbij er wel een imminente dreiging aanwezig is (2004, p.3).



Figuur 12 - The Protective Action Decision Model. Overgenomen van *The Protective Action Decision Model: Theoretical Modifications and Additional Evidence*.(p.617), door Lindell, M. K., & Perry, R. W., 2011, *Risk Analysis*, 32(4), 616–632. Copyright 2011 - Lindell, M. K., & Perry, R. W.³⁸

³⁸ Dit schema is een herziene versie van het oorspronkelijke model uit *Communicating Environmental Risk in Multiethnic Communities*, op basis van enkele theoretische aanpassingen door de auteurs

Elke stap in het model beschrijft de verschillende factoren die voor, tijdens of na een alarmering invloed kunnen hebben op iemands beslissing om al dan niet tot actie over te gaan.

1. Omgeving en sociale context

Verschillende omgevingsfactoren zorgen ervoor dat een persoon informatie over een risico of noodsituatie krijgt en beïnvloeden hoe hij/zij deze informatie ervaart.

- Signalen uit de omgeving, bv. waarnemingen, geuren, geluiden, ...
- Signalen uit de sociale omgeving, i.e. observeren van gedrag van anderen
- Aard van de alarmering:
 - Informatiebron
 - Informatiekanaal (toegang en voorkeur)
 - Inhoud van het alarmeringsbericht
- Eigenschappen van de ontvanger:
 - Eerdere ervaring met noodsituaties
 - Opvattingen over het risico en de manieren om zichzelf te beschermen
 - Persoonlijkheid, i.e. zelfredzaamheid vs. fatalisme
 - Demografische eigenschappen, i.e. inkomen, opleiding, leeftijd, gender, ethniciteit (Lindell & Perry, 2004, p. 82-93)

2. Processen die een beslissing voorafgaan

Al deze factoren uit de omgeving en sociale context van een persoon worden op het moment van een noodsituatie gecombineerd met de drie processen die voor Lindell en Perry een beslissing tot actie voorafgaan, nl.

- Het ontvangen van een boodschap
- Aandacht aan besteden aan de boodschap
- De boodschap begrijpen (2004, 49-50)

Deze *predecisional processes* komen overeen met wat ik in deze thesis reeds besprak, i.e. de keuze van het kanaal en de taal. Enkel wanneer aan deze drie voorwaarden voldaan is, zal een persoon overgaan tot het beslissingsproces om al dan niet actie te ondernemen (Lindell & Perry, 2004, p.50).

3. Perceptie

Net zoals in het Werkproces Crisiscommunicatie, staat ook binnen het Protective Action Decision Model perceptie centraal, meer bepaald

- Perceptie van de dreiging, bv. nucleair risico, aangekondigde storm
- Perceptie van de mogelijke beschermingsactie, bv. ramen en deuren sluiten, evacueren
- Perceptie van stakeholder, bv. overheid, experts, nieuwsmedia, industrie, e.a. (Lindell & Perry, 2011, p.619)

4. Beslissing om over te gaan tot actie

Bovenstaande factoren (omgeving en sociale context, voorafgaande processen en perceptie) hebben allemaal een invloed op het uiteindelijke *protective action decision making* proces, nl. het proces dat een persoon effectief doet beslissen om al dan niet te reageren op een risico of noodsituatie. Dit proces bestaat volgens Lindell en Perry uit vijf stadia:

- Identificeren van het risico – is er een risico ?
- Beoordelen van het risico – heeft dit een impact op mij ? Moet ik iets doen om mezelf te beschermen ?
- Zoeken naar een beschermingsmaatregel – op welke manier kan ik mezelf beschermen?
- Beoordelen van een beschermingsmaatregel – wat is de beste manier om mezelf te beschermen ?
- Uitvoeren van een beschermingsmaatregel – moet ik nu actie ondernemen om mezelf te beschermen ? (Lindell & Perry, 2012, p. 619)

5. Overgaan tot actie

Na het doorlopen van vijf stadia in het beslissingsproces – en afhankelijk van het antwoord op elk van bovenstaande vragen –, kan een persoon tot actie overgaan. Dit kan drie vormen aannemen:

- Informatiezoektocht : indien een persoon op eender welk moment van het beslissingsproces tot de conclusie komt dat hij te weinig informatie heeft om tot een volwaardige beslissing te komen, kan hij het proces onderbreken om op zoek te gaan naar informatie. Dit leidt tot drie extra stappen in het beslissingsproces: beoordelen van de informatienood (welke informatie heb ik nodig?), beoordelen van de actie tot communicatie (waar en hoe kan ik deze informatie bekomen ?), uitvoeren van de actie

tot communicatie (heb ik deze informatie nu nodig?). Vanaf deze tweede stap treedt de feedback loop in actie en gaat men teruggrijpen naar informatie uit omgeving en sociale context.

- Het ondernemen van een actie om zichzelf te beschermen
- Het verwerken van emoties die een bepaalde risico teweegbrengen (Lindell & Perry, 2012, p. 623-624)

6. Situationele facilitators of obstakels

Tot slot dient er nog rekening gehouden te worden met enkele situationele factoren die een bepaalde respons kunnen vergemakkelijken of belemmeren, bv. een gebrek aan middelen, beperkte mobiliteit, familieleden die verspreid zijn, ... (Lindell & Perry, 2012, p. 624).

2. Aandacht voor inclusiviteit: perceptie en obstakels

Van alle bovenstaande factoren zijn er drie grote elementen waarop een invloed kan uitvoeren:

- Keuze van kanaal en taal.
- Perceptie van de dreiging, beschermingsmaatregelen en stakeholders
- Situationele obstakels

Deze drie elementen vragen ook extra aandacht in het kader van inclusieve communicatie. De keuze van kanaal en taal besprak ik reeds uitvoerig in de vorige hoofdstukken van deze thesis. Voor dit hoofdstuk ga ik dieper in op de perceptie en situationele obstakels.

2.1. Perceptie

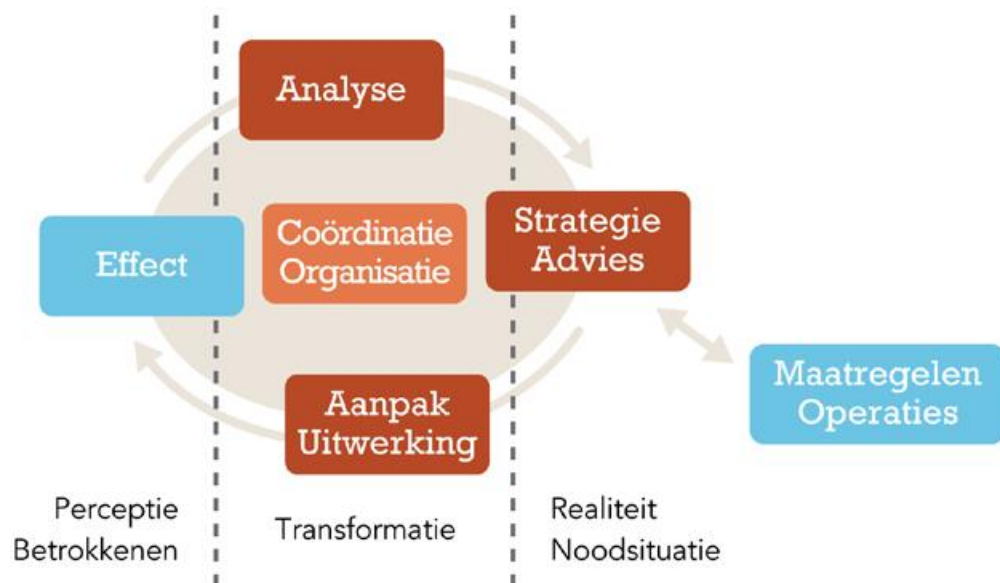
Lindell en Perry delen perceptie op in drie onderdelen, nl. perceptie van de dreiging, perceptie van de beschermingsactie en perceptie van de stakeholder (2012, p. 619). Bij elk van deze onderdelen zijn er andere criteria op basis waarvan iemand de ernst, efficiëntie of betrouwbaarheid inschat.

- Perceptie van de dreiging, op basis van voorafgaande kennis, ervaringen, verwachte persoonlijke impact, e.a.
- Perceptie van de mogelijke beschermingsactie, op basis van kostprijs, tijd, efficiëntie, e.a.
- Perceptie van stakeholder, bv. overheid, experts, nieuwsmedia, industrie, e.a. , op basis van vertrouwen en geloofwaardigheid. (Lindell & Perry, 2012, p. 619-621)

Het belang van perceptie is reeds stevig verankerd in de bestaande werkprocessen van discipline 5. Het Werkproces Crisiscommunicatie (WPCCC) vertrekt vanuit het verschil tussen de perceptie van de bevolking en de realiteit op het terrein. Ook het communicatiekruispunt voor risicocommunicatie gebruikt het spanningsveld tussen deze twee elementen als uitgangspunt. Zowel voor als tijdens een noodsituatie is discipline 5 er dus op voorbereid om rekening te houden met de perceptie en om – indien nodig – te trachten deze perceptie te veranderen.

2.1.1. Crisiscommunicatie: omgevingsanalyse

Het Werkproces Crisiscommunicatie begint met luisteren. Door middel van een omgevingsanalyse van (sociale) media brengt discipline 5 de perceptie van de bevolking in het crisisbeheer binnen.



Figuur 13 - Het Werkproces Crisiscommunicatie. Overgenomen van *Het Werkproces Crisiscommunicatie. Een pragmatisch model voor discipline 5*. (p.9), door Marynissen, H., Pieters, S., Mertens, P., Ramacker, B., & Bruggemans, B., 2015, Brussel: Federale Overheidsdienst Binnenlandse Zaken. Copyright 2015 - Marynissen, H., Pieters, S., Mertens, P., Ramacker, B., & Bruggemans, B.

Een goede analyse vormt de basis van het hele Werkproces Crisiscommunicatie. Om deze analyse op te maken bestaan er verschillende zoekmethodes en technieken om structuur aan te brengen en de essentie te kunnen opmaken uit een stroom aan berichten. Toch kan deze analyse nooit volledig representatief zijn voor wat er leeft in de buitenwereld. Jacob Nielsen sprak in 2006 al van de “90-9-1 regel”, nl. “een kleine minderheid van de gebruikers neemt gewoonlijk

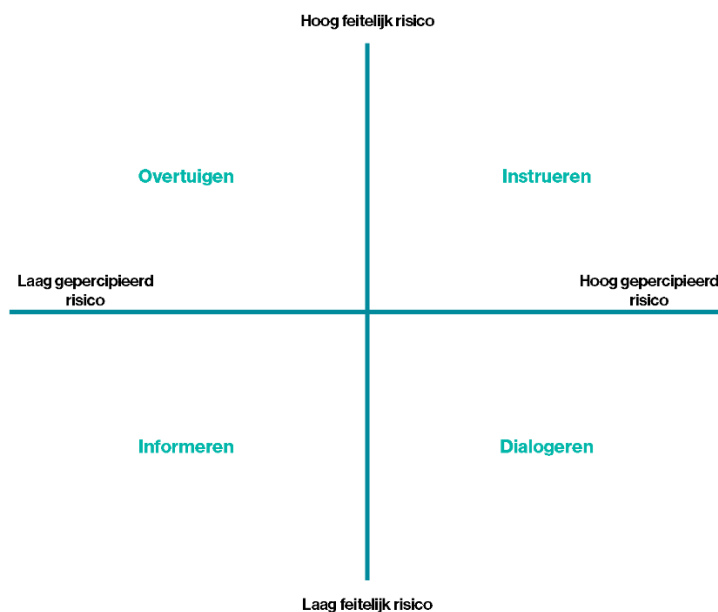
een onevenredig groot deel van de inhoud en andere systeem activiteiten voor zijn rekening” (Nielsen, 2006). Van alle gebruikers op het internet zijn:

- 90% gebruikers die zich verschuilen (i.e. enkel lezen of observeren, niet bijdragen)
- 9% gebruikers die af en toe bijdragen, maar voornamelijk andere prioriteiten hebben
- 1% gebruikers die actief deelnemen en het meeste bijdragen (Nielsen, 2006)

Als discipline 5 slechts 10% van de stemmen kan capteren, is het aannemelijk dat de stemmen van moeilijk bereikbare of kwetsbare doelgroepen niet aanwezig zijn in een omgevingsanalyse. Binnen het WPCC wordt dit (gedeeltelijk) opgevangen door rekening te houden met berichtgeving op radio, tv en binnenkomende oproepen op het informatienummer. Toch is het belangrijk om in het achterhoofd te houden dat sommige doelgroepen nooit zichtbaar zullen zijn in de analyse. Net zoals bij het verspreiden van crisiscommunicatie, kan ook hier een contact met tussenorganisaties of -personen helpen om bepaalde (informatie)noden op te vangen vanuit doelgroepen die niet uit de omgevingsanalyse komen. Maar op momenten dat het snel moet gaan – zoals bij reflexcommunicatie, die in vele situaties zelfs wordt uitgestuurd vóór er een eerste analyse – plaatsvindt, is dit moeilijk te organiseren. Daarom is het extra belangrijk om aandacht te besteden aan inclusieve communicatie, niet te wachten tot de omgevingsanalyse een bepaalde nood voor toegankelijke informatie detecteert, maar er *pro forma* rekening mee te houden in de luiken strategie en redactie, i.e. door de inzet van aangepaste kanalen of redactievormen.

2.1.2. Risicocommunicatie: doelgerichte campagnes

Ook in risicocommunicatie speelt perceptie een belangrijke rol. Bij het bepalen van de communicatiestrategie kijkt discipline 5 naar de verhouding tussen het feitelijk en het gepercipieerd risico om vervolgens in te zetten op overtuigen, instrueren, informeren of dialogeren.



Figuur 14 - Risicocommunicatiekruispunt. Overgenomen van *Van crisiscommunicatie naar risicocommunicatie. Coronavirus : hoe de communicatie organiseren na de eerste golf*. (p.12), door Nationaal Crisiscentrum, 2020, Brussel: Federale Overheidsdienst Binnenlandse Zaken. Copyright 2020 – Nationaal Crisiscentrum

Risicocampagnes zijn een goede gelegenheid zijn om de perceptie van zowel de dreiging, de juiste beschermingsactie of de stakeholder bij te sturen. Zoals ik schreef is het bij het uitbreken van een noodsituatie weinig waarschijnlijk is dat stemmen uit moeilijk bereikbare of kwetsbare doelgroepen in de eerste omgevingsanalyse opgepikt worden. Doelgroepgerichte risicocampagnes – buiten crisistijd – bieden echter wel de kans om deze stemmen te capteren en communicatieacties op maat uit te werken. Door aandacht te besteden aan inclusieve communicatie bij dit type campagnes – bijvoorbeeld via samenwerkingsverbanden of ambassadeurs –, kan men de veerkracht van de volledige samenleving verhogen en personen helpen bij het nemen van de juiste beslissing om zichzelf te beschermen. Zo zal ook bij een reële noodsituatie die eerste reflexcommunicatie beter onthaald en opgevolgd worden.

Ervaringen uit COVID-19

Tijdens de eerste golf voerde het NCCN eerst dagelijks, en in een later stadium één tot driemaal per week een omgevingsanalyse uit. De uitzonderlijke omvang van de noodsituatie zorgde voor veel meer aanwezige stemmen in deze omgevingsanalyses, die voornamelijk via tussenorganisaties gesignaleerd werden, bv. jeugdorganisaties, verenigingen voor senioren, Agentschap Integratie en Inburgering, POD Maatschappelijke Integratie, e.a. Het NCCN kon

ook vaak gebruik maken van resultaten van enquêtes die verschillende universiteiten of onderzoeksfaciliteiten opzetten en die interessante inzichten opleverden.

Voor het verdere verloop van de coronacrisis, wil het NCCN een vaste samenwerking opzetten met een onderzoeksbureau dat kwalitatief en kwantitatief onderzoek doet naar de beweegredenen en motivaties van verschillende bevolkingsgroepen om de maatregelen tegen het coronavirus al dan niet uit te voeren. Hierbij is een diverse representatie van kwetsbare groepen in zowel het kwalitatief als het kwantitatief onderzoek vereist. Dit project is momenteel in uitwerking. De resultaten kunnen het NCCN en zijn partners helpen om nog meer inclusieve communicatie op maat te brengen.

2.2. Situationele obstakels

Tot slot kunnen ook situationele obstakels een hindernis vormen bij het aannemen van bepaalde handelsreflexen. Dit kan een gebrek aan middelen zijn (bv. een eigen auto om te evacueren), een beperkte mobiliteit omwille van een (tijdelijke) handicap of ouderdom, maar ook bijvoorbeeld omwille van religieuze voorschriften – e.g. de Joodse gemeenschap op sabbat – of een psychologische aandoening. Een exhaustieve lijst opmaken van mogelijke situationele obstakels is erg moeilijk. Ook hier dient rekening worden gehouden met het feit dat elke noodsituatie andere soorten situationele obstakels kan opwerpen en dus andere personen als ‘kwetsbaar’ kan definiëren. Anticiperen op dit soort obstakels is moeilijk. Daarom maken zij eerder onderdeel uit van het crisisbeheer in het algemeen, dan van crisiscommunicatie. Toch kunnen hier opnieuw enkel acties helpen die ik al eerder besprak. Zo kan discipline 5 actief inzetten op netwerkcommunicatie via familie, burens en/of organisaties en ambassadeurs en oproepen tot samenredzaamheid. Dit kan zowel tijdens de noodsituatie zelf als via risicocampagnes vooraf – bv. promotie van mijn noodplan.be, aanmoedigen om afspraken maken met burens om elkaar te informeren of te ondersteunen tijdens een noodsituatie.

Ervaringen uit COVID-19

Tijdens de eerste golf van de coronacrisis waren er vele mooie voorbeelden van samenredzaamheid om situationele obstakels weg te werken (#samentegencorona). Zo werden er boodschappen gedaan voor oudere personen die niet naar de winkel konden, laptops ingezameld voor kinderen en jongeren die van thuis les moesten volgen, massaal mondmaskers

genaaid en verschillende hulplijnen geactiveerd waarop iemand hulp kon vragen of bieden. Deze initiatieven werden zowel spontaan georganiseerd vanuit burgers als gecoördineerd vanuit (lokale) besturen.

De eerste golf vond ook plaats tijdens een periode waarin er verschillende belangrijke religieuze feestdagen plaatsvonden, e.g. Pasen, Pesach, de start van de Ramadan, ... Om hierop te anticiperen werden er overleg gepleegd met verschillende religieuze leiders om alternatieve manieren uit te werken om deze feestdagen op een veilige manier te vieren. Vanuit de Vlaamse, Waalse en Brusselse overheid werd – in samenspraak met deze sleutelfiguren - een brochure ontwikkeld met verschillende tips voor lokale besturen om ook op gemeentelijk niveau het gesprek aan te gaan en alternatieven te voorzien. Zo konden deze belangrijke religieuze feestdagen vlekkeloos verlopen.

Het wegnemen van situationele obstakels was dus ook tijdens de coronacrisis een combinatie van beleid en communicatie.

CONCLUSIE

Diversiteitscijfers met betrekking tot herkomst of nationaliteit, geletterdheid, leeftijd, inkomen, diploma, handicap of digitalisering tonen aan dat België een superdivers land is. Binnen deze diverse samenleving heeft iedereen hetzelfde recht op informatie. Het is dan ook de taak van discipline 5 om bij een noodsituatie inclusief te communiceren. Inclusieve communicatie staat voor een communicatie die zo breed en zo toegankelijk mogelijk wil zijn. In plaats van één (of meerdere) doelgroep(en) af te bakenen en deze als uitgangspunt te nemen om specifieke acties te ontwikkelen, probeert inclusieve communicatie rekening te houden met een divers doelpubliek en, overal waar mogelijk, drempels te verlagen. Voor deze thesis ging ik op zoek naar aanbevelingen omtrent inclusieve communicatie die toepasbaar zijn op reflexcommunicatie.

Reflexcommunicatie is de eerste communicatie die in een noodsituatie wordt uitgestuurd en heeft een aantal bijzondere kenmerken die inclusief communiceren extra uitdagend maken. Een gebrek aan tijd is het grootste obstakel. Om dit te compenseren moet een D5-verantwoordelijke kunnen terugvallen op wat reeds gekend is, nl. een bericht, opgesteld volgens het principe *we know, we do, we care, we'll be back*, versturen via de bestaande alarmeringskanalen om burgers te informeren over een noodsituatie of hen te alarmeren met het verzoek enkele (levensreddende) handelsadviezen uit te voeren. Reflexcommunicatie is een one-to-many communicatie, waarmee met één boodschap getracht wordt om een grote groep heterogene personen te bereiken. In tegenstelling tot communicatie buiten crisistijd, is er geen tijd om een uitgebreide analyse te maken van moeilijk bereikbare doelgroepen, om bepaalde boodschappen of kanalen uit te testen bij een doelpubliek, feedback te verwerken of nieuwe communicatiemiddelen te ontwikkelen. Hoewel er reeds grote stappen kunnen gezet worden in een voorbereiding, maakt de onvoorspelbaarheid van een noodsituatie het onmogelijk om alles op voorhand vast te leggen en blijft de nodige flexibiliteit noodzakelijk.

Toch zijn er ook binnen deze grenzen verschillende opties om inclusief te communiceren en ervoor te zorgen dat zoveel mogelijk mensen de boodschap ontvangen, begrijpen en uitvoeren. In deze thesis onderzoek ik respectievelijk het kanaal, de taal en de inhoud van een eerste reflexcommunicatie om aanbevelingen te formuleren die discipline 5 kan toepassen voor een inclusieve communicatie.

1. Kanaal

De traditionele alarmeringskanalen zijn media (radio, tv, nieuwsites of -apps), sociale media, website en BE-Alert. Al deze kanalen hebben een divers publiek, maar geen enkel garandeert een 100% bereik. Door voldoende aandacht te besteden aan de toegankelijkheidsnormen, kan een D5-verantwoordelijke dit bereik alvast verhogen. Zowel voor sociale media als web bestaan er diverse adviezen die ervoor zorgen dat de leesbaarheid van een nieuwsbericht, Facebookbericht of tweet verbeterd wordt, in het bijzonder voor personen die gebruik maken van digitale hulpmiddelen. Voor alle websites van overheidsinstanties is het bovendien een wettelijke verplichting om aan deze toegankelijkheidseisen te voldoen. Deze regels vragen een groot deel voorbereiding (bv. technische ontwikkeling), maar zijn ook niet te vergeten bij het uitsturen van een communicatie zelf. Voorbeelden als het gebruik van alt-teksten of het beperken van emoji's zijn eenvoudige aanpassingen met een grote impact. Ook de inzet van BE-Alert kan het huidige bereik van een reflexcommunicatie erg naar omhoog krikken. Dankzij de verschillende technologische mogelijkheden die deze alarmeringstool heeft – i.e. alarmering op basis van aanwezigheid in een zone, Common Alerting Protocol om boodschappen uit te sturen naar elektronische panelen en apps van derde partijen, de combinatie van sms, vaste oproepen en e-mail – kan reflexcommunicatie een heleboel nieuwe mensen bereiken, die anders misschien nooit bereikt zou worden. Toch is ook hier een rol voor discipline 5 weggelegd in de voorbereidende fase. Hoe meer personen zich registreren, hoe groter het bereik. Zeker voor personen die enkel over een vaste lijn beschikken, of die doof of slechthorend zijn is deze registratie onmisbaar. Daarom moeten er extra inspanningen gedaan worden om deze moeilijke bereikbare of kwetsbare doelgroepen te overtuigen zich in te schrijven.

Een eerste stap naar inclusieve reflexcommunicatie is dus om het bericht uit te sturen, met de nodige aandacht voor toegankelijkheid, via zoveel mogelijk kanalen die ook buiten crisistijd gepromoot worden. Toch blijft het een illusie dat een D5-verantwoordelijke iedere betrokken burger rechtstreeks zal bereiken. Een tweede stap naar inclusieve reflexcommunicatie is bijgevolg het stimuleren van netwerkcommunicatie of samenwerkingsverbanden die de officiële reflexcommunicatie verder verspreiden. Netwerkcommunicatie bestaat erin om iedere persoon die de officiële communicatie ontvangt op te roepen deze verder te verspreiden in zijn eigen netwerk, bv. vrienden, familie maar ook omstanders. Uit onderzoek blijkt dat personen die geconfronteerd worden met een alarmeringsbericht zelf reeds de neiging hebben om deze informatie te delen of te verifiëren met personen uit hun omgeving. Dit actief ontraden – bv. door op te roepen om niet te

telefoneren – zorgt eerder voor onzekerheid. Positief geformuleerde handelsreflexen zoals *“Help mee deze informatie te verspreiden onder je vrienden, familie of kwetsbare personen in je omgeving”* of *“Hou de telefoonlijnen open voor de hulpdiensten. Verspreid deze communicatie met vrienden en familie via sms of sociale media”* vergroten niet enkel het bereik van de reflexcommunicatie, maar het helpt burgers dus ook bij de verwerking van de informatie.

Netwerkcommunicatie hoeft niet enkel af te hangen van geëngageerde burgers. Een overheid kan ook zijn eigen netwerk van interne medewerkers activeren en/of actief zoeken naar samenwerkingsverbanden met organisaties of personen die een link vormen met moeilijk bereikbare of kwetsbare doelgroepen. Zulke samenwerkingsverbanden kunnen reeds vóór een noodsituatie plaatsvinden door bv. intermediaire organisaties of personen in te zetten om de bekendheid van de eigen (crisis)communicatiekanalen te vergroten of een risicocampagne te voeren om de kennis over een bepaald risico of de juiste handelsreflexen te verhogen. Een inzet tijdens een noodsituatie kan ook, maar vergeet de nodige afspraken. Zo kan discipline 5 samenwerken met tussenorganisaties of -personen die akkoord gaan om in een noodsituatie reflexcommunicatie te delen of verder te verspreiden, bv. via gespecialiseerde media (bv. Maghreb TV) of apps van derde partijen met de inzet van het Common Alerting Protocol van BE-Alert.

2. Taal

Wanneer een reflexcommunicatie uiteindelijk het doelpubliek bereikt, moet discipline 5 zich afvragen: begrijpt de ontvanger de boodschap voldoende? Hiervoor ga ik dieper in op het aspect taal. Naast de drie landstalen zijn er nog enorm veel andere talen vertegenwoordigd in ons land. Een boodschap vertalen kan dus een hulpmiddel zijn om ervoor te zorgen dat meer personen de boodschap begrijpen. Afhankelijk van de doelgroep, kan een D5-verantwoordelijke kiezen voor het Engels – wereldwijd de meest gesproken lingua franca –, indien men bv. toeristen, buitenlandse media of expats wil bereiken, of voor een andere vreemde taal, indien men zich wil richten tot een bepaalde anderstalige gemeenschap op het grondgebied. Binnen onze strikte taalwetgeving is er de mogelijkheid om reflexcommunicatie in een andere taal uit te sturen, indien er aan vier voorwaarden voldaan wordt: (1) het is een uitzonderlijk gebruik van een vreemde taal, (2) met een bepaald doel en (3) een bijzonder doelpubliek (4) die een communicatie in de landstaal niet vervangt, maar er slechts een vertaling van is. Toch ontbreekt het aan een officieel wettelijk kader dat meertalige communicatie toelaat in noodsituatie. Zo'n wettelijk kader zou zowel argwaan bij besturen wegnemen om vertalingen in te zetten, als voor een conform aanbod over de verschillende taalgrenzen heen kunnen zorgen.

Zelfs binnen een wettelijk kader, blijft reflexcommunicatie vertalen een enorme uitdaging. De D5-verantwoordelijke moet de vreemde taal ofwel voldoende machtig zijn, of moet kunnen terugvallen op een beschikbare vertaler of een databank van vertaalde standaardzinnen – die voor zo'n cruciale communicatie eveneens geverifieerd dienen te worden door een vertaler vóór verzending. Dit is niet altijd mogelijk binnen de korte tijdspanne waarin een reflexcommunicatie uitgestuurd wordt. Hiervoor moeten op voorhand concrete afspraken gemaakt worden, die duidelijk stellen wie, wanneer, naar welke talen vertaalt. Maar ook bij eentalige communicatie, zijn er een aantal aandachtspunten die het begrip bij anderstaligen met noties van het Nederlands, maar ook bij laaggeletterden, kinderen, jongeren of personen met een leerstoornis kunnen verbeteren. Taalgebruikers zijn namelijk in verschillende niveaus op te delen, van een basisgebruiker (A1 – A2) tot een onafhankelijke gebruiker (B1 – B2) en een vaardige gebruiker (C1 – C2). Overheden communiceren erg vaak op C1-niveau. Dit is te moeilijk voor een groot deel van de bevolking. Schrijven op B1-niveau verhoogt de leesbaarheid aanzienlijk. Dit niveau is ook een haalbare kaart bij reflexcommunicatie. Door extra te letten op woordgebruik, zinstructuur en wat de kernboodschap is, kan een D5-verantwoordelijke het taalniveau verlagen en zorgen voor een meer heldere communicatie. Aangezien onze hersenen beelden sneller opnemen dan woorden, biedt een afbeelding ook een goede ondersteuning van een boodschap. Het is echter wel belangrijk om voor een duidelijke en kwaliteitsvolle foto te kiezen, die de essentie voldoende weergeeft. Indien de afbeelding niet voldoende sprekend is, kan dit tot meer verwarring dan tot verduidelijking leiden. Zeker bij het gebruik van pictogrammen moet men extra voorzichtig zijn. Pictogrammen zijn eerder abstracte tekeningen, die een voorkennis van de ontvanger vergen om ze te begrijpen. Bij gebruik van pictogrammen moet discipline 5 zich ervan vergewissen dat ze voldoende eenduidig zijn, dat ze uniform toegepast worden en dat ze voldoende bekend zijn bij het doelpubliek. Een eigen databank met crisis-specifieke pictogrammen en foto's voor discipline 5 kan een stap in de goede richting betekenen. Deze databank kan nationaal ter beschikking worden gesteld en vooraf worden uitgetest bij diverse focusgroepen.

Een laatste aandachtspunt binnen het aspect taal, is het aanbod in gebarentaal voor doven en slechthorenden. Nog meer dan bij vertalingen naar geschreven talen, is een omzet naar gebarentaal binnen het tijdsframe van reflexcommunicatie erg moeilijk. Aandacht voor gebarentaal kan er wel zijn in een latere fase van crisiscommunicatie, bv. door de inzet van afstandstolken bij een informatienummer of de inzet van simultaan tolken bij een persconferentie. Dit aanbod aan informatie voor doven en slechthorenden was voor de eerste keer beschikbaar tijdens de coronacrisis en dient de standaard te worden bij alle

crisiscommunicatie. Om het informatievacuüm bij reflexcommunicatie op te vangen, wordt er vanuit het Nationaal Crisiscentrum gekeken met de verschillende organisaties voor doven en slechthorenden of vooraf opgenomen video's in VGT en LSFb met veelvoorkomende handelsreflexen – te versturen via BE-Alert of een ander kanaal – een alternatief kunnen vormen.

3. Inhoud

In het laatste deel van deze thesis ging ik dieper in op de inhoud van reflexcommunicatie en de eventuele obstakels die een persoon kunnen verhinderen om een bepaald advies te volgen. Iedere individu beslist op basis van zijn eigen ervaringen, kennis en omgeving of hij of zij een handelsreflex al dan niet toepast. Adviezen die voor de ene persoon vanzelfsprekend en gemakkelijk uitvoerbaar lijken, zullen dat voor een ander persoon niet zijn. Om deze beweegredenen beter te begrijpen, gebruik ik het Protection Action Decision Model van Lindell & Perry als theoretisch kader. Dit model beschrijft het hele psychologische proces die aan een beslissing voorafgaat en de externe factoren die dit proces kunnen sturen. Binnen het hele proces zijn er slechts drie elementen waarop een overheid invloed kan uitvoeren, nl. de keuze van het kanaal en de taal van het alarmeringsbericht, de perceptie en situationele obstakels. Taal en kanaal besprak ik tot hier toe reeds uitvoerig. Aandacht voor perceptie is ook niet nieuw. Het verschil tussen perceptie en realiteit vormt de basis van het Werkproces Crisiscommunicatie. Dit verschil wordt gecapteerd aan de hand van een omgevingsanalyse van (sociale) media. Toch mag niet worden vergeten dat deze analyse nooit volledig representatief kan zijn en dat de stemmen vanuit moeilijk bereikbare of kwetsbare groepen niet of amper aanwezig zullen zijn. Daarom dient discipline 5 vanaf de eerste reflexcommunicatie rekening te houden met inclusieve communicatie, en niet te wachten tot er een eventuele nood aan aangepaste communicatie opduikt in de analyse.

Net omdat moeilijk bereikbare of kwetsbare doelgroepen moeilijk op te vangen zijn in een omgevingsanalyse tijdens een noodsituatie, is er een taak voor discipline 5 weggelegd om hier buiten crisistijd aan te werken. Risicocampagnes op maat van specifieke doelgroepen kunnen helpen om bestaande percepties beter te capteren, bij te sturen en de kennis over de juiste handelsreflexen te vergroten. Ook hier kunnen samenwerkingsverbanden met intermediaire organisaties of personen een grote rol spelen. Door actief campagne te voeren rond bv. het nucleair of het sevesorisico, de procedures bij schuilen of evacueren, is de kans dat de adviezen van een eerste reflexcommunicatie aangenomen en gevolgd worden veel groter. Dit compenseert gedeeltelijk het gebrek aan diversiteit binnen een omgevingsanalyse.

Ten slotte kunnen er nog verschillende situationele obstakels zijn die een persoon beletten om bepaalde adviezen te volgen. Het in kaart brengen van situationele obstakels is een uitdaging die op beleidsniveau bekeken moet worden. Discipline 5 kan ondersteuning bieden in het wegnemen van deze obstakels door op te roepen tot samenredzaamheid, e.g. ‘heb aandacht voor kwetsbare personen in uw omgeving’. Ook hier kan een nauw contact met tussenorganisaties – die zulke obstakels kunnen signaleren – een grote troef zijn.

Ik sluit deze thesis af met een lijst actiepunten om deze stappen richting inclusieve communicatie te realiseren.

ACTIEPUNTEN DISCIPLINE 5

De bevindingen uit deze thesis dienen zeker een praktische uitwerking te krijgen. Hieronder lijst ik een aantal actiepunten op voor het Nationaal Crisiscentrum en discipline 5.

1. Algemeen

Brochure 'Inclusieve crisiscommunicatie'

Op basis van deze thesis wil het NCCN een nieuwe bijlage opmaken voor de leidraad crisiscommunicatie, die de verschillende aanbevelingen uit deze thesis samenvat, met o.a. checklists voor heldere communicatie en aandachtspunten om de toegankelijkheid van websites en sociale media te verbeteren.

2. Kanaal

Toegankelijkheid kanalen

Iedere website die ingezet wordt in noodsituaties moet aan de toegankelijkheidsnormen voldoen. De D5-verantwoordelijke moet er bovendien op toezien dat hij/zij de toegankelijkheidsregels ook in de redactie van een nieuwsbericht op een website of op sociale media correct toepast.

Het Nationaal Crisiscentrum moet de toegankelijkheid van het inschrijvingsformulier BE-Alert bekijken en verbeteren.

Onderzoek naar gebruik van kanalen in noodsituaties + promotie

In deze thesis presenteer ik verschillende cijfers over het mediagebruik van diverse doelgroepen. Toch ontbreekt het aan een grootschalig kwantitatief onderzoek naar de informatiekkanalen die tijdens een noodsituatie het meest geconsulteerd worden, met een specifieke aandacht voor moeilijk bereikbare en kwetsbare doelgroepen. Op basis van zo'n onderzoek kunnen ook nieuwe samenwerkingsverbanden met tussenorganisaties (bv. gespecialiseerde media) worden vastgelegd of gerichte communicatiecampagnes worden uitgewerkt om bepaalde kanalen – bv. BE-Alert – extra te promoten bij verschillende doelgroepen (zie ook actiepunten 3. Inhoud).

Ongeacht de resultaten van een dergelijk onderzoek, moet het Nationaal Crisiscentrum hoe dan ook inzetten op de promotie van BE-Alert naar doelgroepen waarvoor dit alarmeringskanaal een reëel verschil kan maken, nl. personen (vnl. ouderen) die enkel over een vaste lijn beschikken of doven en slechthorenden. Daarnaast moet er ook, met de komst van de CAP-

Alert, verschillende samenwerkingen worden aangegaan met toepassingen of apps van derde partijen waarlangs crisiscommunicatie verspreid kan worden.

Aandacht voor netwerkcommunicatie en samenwerkingsverbanden

Om de verspreiding van officiële communicatie te ondersteunen, kan er opgeroepen worden tot netwerkcommunicatie. Handelsadviezen als “*Help mee deze informatie te verspreiden onder je vrienden, familie of kwetsbare personen in je omgeving*” moeten als standaard aanzien worden. Verder kunnen er afspraken gemaakt worden met zowel het eigen netwerk van interne medewerkers als externe tussenorganisaties of -personen die crisiscommunicatie naar hun netwerk kunnen verspreiden. De inzet van samenwerkingsverbanden kan ook in de voorbereiding gebeuren, ter promotie van kanalen zoals BE-Alert of in risicocampagnes (zie 3. Inhoud).

Doven en slechthorenden

Voor doven en slechthorenden werkt het NCCN de bestaande samenwerkingen verder uit, zodat het aanbod dat tijdens de coronacrisis ontwikkeld werd, de norm blijft. Dit houdt in: een productie van standaardvideo’s met handelsadviezen in VGT, LSFb en Duitse gebarentaal, het opstellen van een raamcontract voor de inzet van doventolken bij persconferenties en het opstellen van een raamcontract voor de inzet van afstandstolken bij de activatie van een informatienummer.

3. Taal

Vertalingen

Iedere D5-verantwoordelijke dient voor zijn grondgebied de verschillende taalgemeenschappen in kaart te brengen en een kader vast te leggen dat duidelijk beschrijft in welke situaties meertalige communicatie mogelijk is, naar welke talen er vertaald moet worden en welke contactpersonen voor vertaling kunnen instaan.

Op nationaal niveau dient er gekeken te worden naar een duidelijk wettelijk kader voor meertalige communicatie in crisissituaties.

Opleidingen klare taal.

Taaltrainingen moeten deel uitmaken van een basisopleiding crisiscommunicatie. Het communicatieteam van het NCCN en Team D5 kunnen als experts worden ingezet om, via het train-the-trainerprincipe, de aandacht voor helder taalgebruik levend te houden binnen discipline 5.

Visuele communicatie

Om voor een eenheid in visuele communicatie te zorgen, kan er op nationaal niveau een databank van beelden en eenduidige pictogrammen uitgewerkt worden die vrij te gebruiken is door discipline 5. In samenwerking met gespecialiseerde organisaties (bv. VOCVO), kunnen deze beelden en pictogrammen eerst uitgetest te worden op verschillende focusgroepen om er zeker van te zijn dat ze voldoende duidelijk zijn.

4. Inhoud

Risicocampagnes

Stemmen uit kwetsbare of moeilijk bereikbare doelgroepen oppikken in een (eerste) omgevingsanalyse is erg onwaarschijnlijk. Daarom dient er aandacht te zijn voor inclusieve crisiscommunicatie, niet enkel tijdens een noodsituatie, maar ook vooraf, bij het voeren van risicocampagnes. Doelgerichte campagne kunnen de percepties omtrent risico's en noodsituaties bijsturen en de naleving van handelsreflexen positief beïnvloeden.

Veiligheidsbarometer

Zoals reeds aangegeven ontbreekt het aan kwantitatief onderzoek naar het gebruik van informatiekkanalen tijdens een noodsituatie. Maar ook kwantitatief (en kwalitatief) onderzoek naar de perceptie van risico's bij verschillende doelgroepen kan tot nuttige inzichten leiden.

Sinds 2016 voerde het Nationaal Crisiscentrum een langdurige campagne rond risico's en noodsituaties in België. In de toekomst zou deze campagne gecombineerd kunnen worden met onderzoek. Naar analogie van de Risico- en Crisisbarometer van de Nederlandse Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding en Veiligheid of de veiligheidsmonitor van de Federale Politie, kan het NCCN op een recurrente manier peilen naar de perceptie van de Belgische bevolking omtrent risico's en noodsituaties. De resultaten van deze peiling vormen dan de basis voor nieuwe risicocampagnes. Bij deze peilingen moet er aandacht zijn voor een diverse representatie van verschillende doelgroepen uit onze samenleving om een zo nauwkeurig mogelijk beeld te krijgen.

LIJST MET TABELLEN EN FIGUREN

Figuur 1 – Inclusie.....	4
Figuur 2 – Informatievacuüm.....	10
Figuur 3 - Informing and advising.	14
Figuur 4 - Het eerste alarmeringskanaal.....	15
Figuur 5 - Overzicht van door welke communicatiekanalen de groepen met name goed bereikt worden en van het begrip van waarschuwingen.....	17
Figuur 6 - Percentage of respondents who use social media and online communities, by age.	21
Figuur 7 - Percentage of each disability group that received, verified or shared their most recent public alert via social media / Percentage of respondents with vision and hearing loss received, verified or shared most recent public alert via social media.	22
Figuur 8 – Percentage lingua franca vs. moedertaalsprekers.	39
Figuur 9 - Number of immigrant speakers in some major states.	40
Figuur 10 - Taalniveau's.....	49
Figuur 11 - Nederlands leren: schriftelijk.	56
Figuur 12 - The Protective Action Decision Model.....	63
Figuur 13 - Het Werkproces Crisiscommunicatie.....	67
Figuur 14 - Risicocommunicatiekruispunt.....	69
Tabel 1 - 10 grootste nationaliteiten in België.....	41
Tabel 2 - Cijfers van herkomst in Vlaanderen.	42

BRONVERMELDING

Agentschap Integratie & Inburgering. (2017). *Communicatietools in dienstverlening aan anderstaligen*. Geraadpleegd van <https://www.integratie-inburgering.be/communicatiewaai>

AnySurfer. (z.d.). *Labeldragers*. Geraadpleegd op 4 januari 2020, van <https://www.anysurfer.be/nl/label-behalen/labeldragers>

AnySurfer. (2019). *Toegankelijkheidsmonitor 2019*. Geraadpleegd op 2 januari 2020, van <http://www.toegankelijkheidsmonitor.be/2019.html>

Atlas, integratie & inburgering Antwerpen. (2018, 27 februari). *Schema Nederlands leren*. Geraadpleegd op 10 februari 2020, van <https://www.atlas-antwerpen.be/nl/schema-nederlands-leren>

Blindenzorg Licht en Liefde. (2014). *Een visuele handicap*. Geraadpleegd van <https://www.blindenzorglichtenliefde.be/nl/meerweten/index/10253>

Bouwmeester, J., Franx, K., Holzmann, M., Gutteling, J. M., & De Vries, P. (2012). *Informatiemiddelen en zoekgedrag bij dreiging en crises*. Geraadpleegd van <https://www.wodc.nl/onderzoeksdatabase/informatiemiddelen-en-zoekgedrag-burgers.aspx>

BWAO. (z.d.). *Over het BWAO - Belgian Web Accessibility Office*. Geraadpleegd op 4 januari 2020, van <https://accessibility.belgium.be/nl/over-het-bwao>

BZAntwerpen. (2018, 15 januari). *Explosie van woningen aan de #Paardenmarkt. We zijn er massaal ter plaatse en hebben ook nog ploegen onderweg. Hou de omgeving vrij en laat de hulpdiensten door. Meer info volgt. [Twitter post]*. Geraadpleegd op 27 april 2019, van <https://twitter.com/BZAntwerpen/status/953005373102919680>.

Cabinet Office. (2012). Chapter 7: Communicating with the Public. In Cabinet Office (Red.), *Emergency Preparedness: Guidance on part 1 of the Civil Contingencies Act 2004* (Herz. ed.). Geraadpleegd van <https://www.gov.uk/government/publications/emergency-preparedness>

Commissie voor Mobiliteit en Openbare Werken. (2013). *Interpellatie van de heer Filip Dewinter tot mevrouw Hilde Crevits, Vlaams minister van Mobiliteit en Openbare Werken, over reclame met Arabische opschriften op tramstellen van De Lijn in Antwerpen - 152 (2012-2013)*. Geraadpleegd van <http://docs.vlaamsparlement.be/website/htm-vrg/892480.html>

CrisiscenterBE. (2016, 22 maart). Explosions at airport #Zaventem. Don't go to airport. Keep roads open. Priority government: Help victims & security [Twitter post]. Geraadpleegd op 27 april 2019, van <https://twitter.com/CrisiscenterBE/status/712190285011353604>

Crisiscentrum / Centre de Crise. (2019, 5 april). [Communicatie panne noodnummers] [Facebookbericht]. Geraadpleegd op 28 april 2019, van <https://www.facebook.com/CrisiscenterBE/posts/10157005694710690>

Data en Analyse van de Vlaamse Provincies. (2019). *Herkomst 2019 - gemeenten / Provincies in Cijfers*. Geraadpleegd op 27 december 2019, van <https://provincies.incijfers.be/databank>

Departement Onderwijs en Vorming. (2019). *Vlaams Onderwijs in Cijfers* (D/2019/3241/280). Geraadpleegd van <https://www.vlaanderen.be/publicaties/vlaams-onderwijs-in-cijfers-2018-2019>

De Rijdt, C. (2017). *Werken met visualisaties*. Antwerpen, België: Garant.

De Winter. (2020, 6 april). *Onder het mom van #corona is de meertaligheid in #Antwerpen ingevoerd! Overal affiches (ook ver buiten de concentratiewijken) van* [Tweet]. Twitter. https://twitter.com/FDW_VB/status/1247103265411653633

DeYoung, S. E., Sutton, J. N., Farmer, A. K., Neal, D., & Nichols, K. A. (2019). “Death was not in the agenda for the day”: Emotions, behavioral reactions, and perceptions in response to the 2018 Hawaii Wireless Emergency Alert. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 36. <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2019.101078>

Doof Vlaanderen. (z.d.). Over VGT | Doof Vlaanderen. Geraadpleegd op 18 oktober 2019, van <https://www.doof.vlaanderen/doof-vgt/over-vgt>

Dressel, K., & Pfeil, P. (2014). Bridging the Gap between Crisis Management and its Recipients – Key Findings from a European Study on Socio--Cultural Factors of Crisis Communication. In M. Klafft (Red.), *Current Issues in Crisis Communication and Alerting* (pp. 12–23). Stuttgart: Fraunhofer Verlag.

Europese Unie. (2016, 26 oktober). *Richtlijn (EU) 2016/2102 van het Europees Parlement en de Raad*. Geraadpleegd op 2 januari 2020, van <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/HTML/?uri=CELEX:32016L2102&from=EN#d1e800-1-1>

Expertisecentrum Vlaamse Gebarentaal. (2019, 21 mei). *VGT voor Dummies*. Geraadpleegd op 27 december 2019, van <https://www.vgtc.be/vlaamsegebarentaal/vgt-voor-dummies>

Federale overheid. (2018, 3 september). *Wet inzake toegankelijkheid van de websites en mobiele applicaties van overheidsinstanties* | *Moniteur Belge - Belgisch Staatsblad*. Geraadpleegd op 4 januari 2020, van

<http://www.ejustice.just.fgov.be/eli/wet/2018/07/19/2018040577/staatsblad>

Federale Overheid. (2019, 5 september). *Koninklijk besluit tot aanduiding van de instantie die toezicht houdt op de toegankelijkheid van websites en mobiele applicaties van overheidsinstanties, en tot vaststelling van de toezichtmethodiek*. Geraadpleegd op 4 januari 2020, van <http://www.ejustice.just.fgov.be/eli/besluit/2019/09/05/2019014713/justel>

Fevlado vzw, Adviescommissie Vlaamse Gebarentaal, & Vlaams GebarentaalCentrum vzw. (z.d.). *VGT op de VRT. Nota n.a.v. Beheersovereenkomst 2016-2020*. Geraadpleegd van <http://www.adviesvgt.be/sites/default/files/atoms/files/Nota%20VRT%20beheersovereenkomst%202016-2020.pdf>

Gemeente Mol. (2019, 18 oktober). *7. Rampenplan afgekondigd door ongeval op N71 ter hoogte van Postelsesteenweg*. Geraadpleegd op 8 februari 2020, van <https://www.gemeentemol.be/nieuwsdetail/10218/7-rampenplan-afgekondigd-door-ongeval-op-n71-ter-hoogte-van-postelsesteenweg>

Gemeente Vilvoorde (2019, 7 april). [Bericht brand meubelzaak] [BE-Alertbericht]. Geraadpleegd op 28 april 2019, van <https://be-alert.gedicom.be/SharedGed/>

Goubin, E., & Mestiaen, B. (2003). *Elkaar vinden: bouwstenen voor het communiceren met kansarme doelgroepen*. Geraadpleegd van <https://www.kortom.be/download.ashx?id=621>

Goubin, E. (2017). *Tante Mariette en haar fiets. Communicatie voor overheid en socialprofit*. Brugge, België: Uitgeverij Vanden Broele.

Hootsuite. (2019, 5 februari). *Everything You Need to Know About Inclusive Design for Social Media*. Geraadpleegd op 30 december 2019, van <https://blog.hootsuite.com/inclusive-design-social-media/>

Instituut Fysieke Veiligheid. (2018). *Verminderd zelfredzamen ten tijde van rampen en crises: de overheid een zorg?* Arnhem: Instituut Fysieke Veiligheid.

Internationaal verdrag inzake burgerrechten en politieke rechten. (1983, 6 juli). Geraadpleegd op 7 juli 2020, van

http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg.pl?language=nl&la=N&cn=1966121931&table_name=wet

Janssens, K. (2020, 17 februari). *Over zin en onzin van pictogrammen*. Wablieft. <https://www.duidelijketaal.be/post/pictogrammen>

Klare taal rendeert. (z.d.-a). *Beeldmateriaal – Klare taal*. Geraadpleegd op 28 april 2019, van http://www.klaretaalrendeert.be/op_het_werk/beeldmateriaal2

Klare Taal rendeert. (z.d.-b). *Checklist duidelijk geschreven taal*. Geraadpleegd van http://www.klaretaalrendeert.be/files/ktr_incontactmetklanten/Checklist%20duidelijk%20gescreven%20taal.pdf

Klare taal rendeert. (z.d.-c). *Schrijven – Klare taal*. Geraadpleegd op 28 april 2019, van http://www.klaretaalrendeert.be/op_het_werk/schrijven2

Kuo, S. S. (2007). Speaking in Tongues: Mandating Multilingual Disaster Warnings in the Public Interest. *Washington & Lee Journal of Civil Rights & Social Justice*, 14(1), 3-48. Geraadpleegd van <https://scholarlycommons.law.wlu.edu/crsj/vol14/iss1/4/>

Lindell, M. K., & Perry, R. W. (2004). *Communicating Environmental Risk in Multiethnic Communities*. Thousand Oaks, Canada: SAGE Publications.

Lindell, M. K., & Perry, R. W. (2011). The Protective Action Decision Model: Theoretical Modifications and Additional Evidence. *Risk Analysis*, 32(4), 616–632. <https://doi.org/10.1111/j.1539-6924.2011.01647.x>

Marynissen, H., Pieters, S., Mertens, P., Ramacker, B., & Bruggemans, B. (2015). *Het Werkproces Crisiscommunicatie. Een pragmatisch model voor discipline 5*. Brussel: Federale Overheidsdienst Binnenlandse Zaken.

Marynissen, H., Pieters, S., van Dorpe, S., van het Erve, A.-M., & Vergeer, F. (2010). *Geen commentaar!: communicatie in turbulente tijden*. Antwerpen: Houtekiet.

Mc Laughlin, G. H. (1969). SMOG Grading — a New Readability Formula. *Journal of Reading*, 12(8), 639–646. Geraadpleegd van https://ogg.osu.edu/media/documents/health_lit/WRRSMOG_Readability_Formula_G._Harry_McLaughlin_1969_.pdf

Moha, A. A., & Romer, R. (2016). Kaaskoppen met andere wortels. Wat is het mediagedrag van Nieuwe Nederlanders? *Marketing Rendement*, 9, 11–13.

Morris, J., Mueller, J., & Jones, M. (2014). Use of Social Media During Public Emergencies by People with Disabilities. *Western Journal of Emergency Medicine*, 15(5), 567–574.

Nationaal Crisiscentrum - NCCN. (2016). *Versturen berichten BE-Alert in vreemde taal*. Brussel: Federale Overheidsdienst Binnenlandse Zaken.

Nationaal Crisiscentrum - NCCN. (2017). *Alarmeren om levens te redden. Strategie, boodschappen en kanalen om de bevolking in het kader van noodsituaties te alarmeren*. Brussel: Federale Overheidsdienst Binnenlandse Zaken.

Nationaal Crisiscentrum - NCCN. (2020). *Van crisiscommunicatie naar risicocommunicatie. Coronavirus : hoe de communicatie organiseren na de eerste golf*. Brussel, België: Federale Overheidsdienst Binnenlandse Zaken.

Nielsen, J. (2006, 8 oktober). *Participation Inequality: The 90-9-1 Rule for Social Features*. Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/participation-inequality/>

NV-A. (2018, 27 augustus). Bpost beschouwt Brussel als een Franstalige stad [Persbericht]. Geraadpleegd op 28 april 2019, van <https://www.n-va.be/persbericht/bpost-beschouwt-brussel-als-een-franstalige-stad>

O, J. (2019). *De rol van discipline 5 op gemeentelijk niveau en de mogelijkheden tot professionalisering*. (Thesis). <https://rampenmanagement.be/nieuws/eindwerk-de-rol-van-discipline-5-op-gemeentelijk-niveau-en-de-mogelijkheden-tot-professionalisering-jasmien-o/>

Onderwijs Vlaanderen. (z.d.). Cijfers over geletterdheid. Geraadpleegd op 28 april 2019, van <https://onderwijs.vlaanderen.be/nl/cijfers-over-geletterdheid>

Ostler, N. (2011). *The Last Lingua Franca: The Rise and Fall of World Languages*. Londen, Verenigd Koninkrijk: Penguin.

Panic, K., Vijncke, P., & Weyts, M. (2017). *Diversiteit in overheidscommunicatie. Een verkennend onderzoek*. Geraadpleegd van <https://www.arteveldhogeschool.be/sites/default/files/bijlages/onderzoeksrapport-def.pdf>

Raad van Europa. (2001/2008). *Gemeenschappelijk Europees Referentiekader voor Moderne Vreemde Talen: Leren, Onderwijzen, Beoordelen*. [Common European Framework of

Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment.] (Nederlandse Taalunie, vert.). Den Haag, Nederland: Taalunie. Geraadpleegd op 27 april 2019, van http://taalunieversum.org/sites/tuv/files/downloads/gemeenschappelijk_europees_referentiekader.pdf

Redecker, I. (2018, 20 december). *Wat is inclusie?* Geraadpleegd op 27 december 2019, van <https://www.kennispleingehandicaptensector.nl/inclusie/wat-is-dat>

Reliefweb. (2018, 17 december). Humanitarian and Country Icons 2018 - World. Geraadpleegd op 28 april 2019, van <https://reliefweb.int/report/world/humanitarian-and-country-icons-2018>

Rijksoverheid. (2018, 19 april). Taalniveau B1. Geraadpleegd op 28 april 2019, van <https://www.communicatierijk.nl/vakkennis/r/rijkswebsites/aanbevolen-richtlijnen/taalniveau-b1>

Rudd, R. E., Comings, J. P., & Hyde, J. N. (2003). Leave No One Behind: Improving Health and Risk Communication Through Attention to Literacy. *Journal of Health Communication*, 8(sup1), 104–115. <https://doi.org/10.1080/713851983>

Sclera. (z.d.). Sclera picto's. Geraadpleegd op 28 april 2019, van <https://www.sclera.be/nl/picto/overview>

Sclera. (2012). *Sclera vzw - voorstelling van de werking*. Geraadpleegd van <https://www.sclera.be/resources/img/vzw/Voorstelling%202012.pdf>

Sheldon, P. (2017). Emergency Alert Communications on College Campuses: Understanding Students' Perceptions of the Severity of a Crisis and Their Intentions to Share the Alert With Parents and Friends. *Western Journal of Communication*, 82(1), 100–116. <https://doi.org/10.1080/10570314.2017.1308005>

Stad Antwerpen. (2012). *Communicatie voor iedereen*. Antwerpen, België: Tom Meeuws - Diversiteitsmanagement Stad Antwerpen.

Statbel. (2018, 19 juli). Best gekende vreemde talen en kennisniveau volgens geslacht, leeftijd en onderwijsniveau. AES - Participatiegraden in opleiding en vorming volgens onderwijsniveau en geslacht (in %) [Dataset]. Geraadpleegd op 27 april 2019, van <https://statbel.fgov.be/nl/themas/werk-opleiding/opleidingen-en-onderwijs/volwasseneneducatie>

Statbel. (2019a, 16 oktober). *Risico op armoede of sociale uitsluiting* [Dataset]. Geraadpleegd op 27 december 2019, van <https://statbel.fgov.be/nl/themas/huishoudens/armoede-en-levensomstandigheden/risico-op-armoede-sociale-uitsluiting#figures>

Statbel. (2019b, 2 december). *Personen met een handicap werken veel vaker deeltijds*. Geraadpleegd op 27 december 2019, van <https://statbel.fgov.be/nl/nieuws/personen-met-een-handicap-werken-veel-vaker-deeltijds>

Statbel. (2020a, 13 februari). *ICT-statistieken bij huishoudens 2019 | ICT-gebruik in huishoudens* [Dataset]. Geraadpleegd op 8 juli 2020, van <https://statbel.fgov.be/nl/themas/huishoudens/ict-gebruik-huishoudens#panel-15>

Statbel. (2020b, 13 februari). *ICT-statistieken bij individuen 2019 | ICT-gebruik in individuen* [Dataset]. Geraadpleegd op 8 juli 2020, van <https://statbel.fgov.be/nl/themas/huishoudens/ict-gebruik-huishoudens#panel-15>

Statbel. (2020c, 25 maart). *Onderwijsniveau* [Dataset]. Geraadpleegd op 8 juli 2020, van <https://statbel.fgov.be/nl/themas/werk-opleiding/opleidingen-en-onderwijs/onderwijsniveau#figures>

Statbel. (2020d, 26 mei). *Structuur van de bevolking*. Geraadpleegd op 8 juli 2020, van <https://statbel.fgov.be/nl/themas/bevolking/structuur-van-de-bevolking>

Statbel. (2020e, 26 mei). *Bevolking naar woonplaats, nationaliteit (Belg/niet-Belg), burgerlijke staat, leeftijd en geslacht*. Geraadpleegd op 8 juli 2020, van <https://bestat.statbel.fgov.be/bestat/crosstable.xhtml?view=5525fea5-4abb-424b-918c-d5a5658b9e34>

Statbel. (2020f, 11 juni). *Vreemdelingen die Belg werden 2018-2019 per maand, gewest en voornaamste nationaliteiten* [Dataset]. Geraadpleegd op 8 juli 2020, van <https://statbel.fgov.be/nl/themas/bevolking/nationaliteitswijzigingen#figures>

Statbel. (2020g, 26 juni). *Toerisme per land van herkomst 2018 | Horeca (toerisme en hotelwezen)* [Dataset]. Geraadpleegd op 27 december 2019, van <https://statbel.fgov.be/nl/themas/ondernemingen/horeca-toerisme-en-hotelwezen#figures>

Stel, M., Ketelaar, D., Gutteling, J., Giebels, E., & Kerstholt, J. (2017). *Het alarmeren en informeren van kwetsbare groepen bij crisissituaties*. Enschede: Wetenschappelijk Onderzoek-

en Documentatiecentrum, Universiteit Twente, Vakgroep Psychologie van Conflict, Risico en Veiligheid.

Stichting Lezen en Schrijven. (2017, 8 maart). *Factsheet: Eenvoudige taal voor laaggeletterden*. Geraadpleegd op 28 april 2019, van <https://www.lezenenschrijven.nl/over-laaggeletterdheid/factsheets/eenvoudige-taal-voor-laaggeletterden>

Tiggelovend, I. (2005). *Etnocommunicatie. Communiceren met een multicultureel publiek*. Geraadpleegd van <https://www.studiosesam.be/wp-content/uploads/etno-communicatie.pdf>

Tiggelovend, I. (2019). *Diversiteitscommunicatie. Verbindende communicatie & marketing*. België: Studio Sesam vzw.

Twitter Help Center. (2019, 12 februari). *Over je dashboard voor activiteit*. Geraadpleegd op 27 april 2019, van <https://help.twitter.com/nl/managing-your-account/using-the-tweet-activity-dashboard>

Van Dale. (z.d.). *Inclusie*. Geraadpleegd op 27 december 2019, van <https://vowb.vandale.nl/zoeken/zoeken.do>

Vandendriessche K., & De Marez, L. (2020). *Imec.Digimeter 2019. Digitale mediatrends in Vlaanderen*. Geraadpleegd van www.imec.be/digimeter

Verdrag inzake de rechten van personen met een handicap. (2009, 22 juli). Geraadpleegd op 7 juli 2020, van http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg.pl?language=nl&la=N&table_name=wet&cn=2006121354#:~:text=LOI%20%2D%20WET&text=BIJLAGEN.&text=Doel%20van%20dit%20Verdrag%20is,hun%20inherent%20waardigheid%20te%20bevorderen

Verenigde Naties. (1948, 10 december). *OHCHR | Universal Declaration of Human Rights*. Geraadpleegd op 7 juli 2020, van <https://www.ohchr.org/en/udhr/pages/Language.aspx?LangID=dut>

Verenigde Naties. (2015). *Sendai Framework for Disaster Risk Reduction 2015 - 2030*. Genève, Zwitserland: United Nations Office for Disaster Risk Reduction.

Vihalemm, T., Kiisel, M., & Harro-Loit, H. (2011). Citizens' Response Patterns to Warning Messages. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 20(1), 13–25. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5973.2011.00655.x>

Vlaamse Overheid. (2012, 14 december). *Besluit van de Vlaamse Regering betreffende de vastlegging van een tijdspad en quota voor het toegankelijk maken van omroepprogramma's en betreffende het verstrekken van subsidies ter uitvoering van artikel 151 van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie*. Geraadpleegd op 30 december 2019, van <http://www.ejustice.just.fgov.be/eli/bsluit/2012/12/14/2012036273/justel>

Vlaamse Overheid. (2017). *Heerlijk Helder. Twintig tips voor een heldere taal en heldere teksten*. Brussel, België: Dirk Caluwé - Departement Kanselarij en Bestuur.

VRT. (z.d.-a). *Hoe kan u een tolk VGT oproepen (op tv / website)?* | *VRT.be*. Geraadpleegd op 30 december 2019, van <https://www.vrt.be/nl/aanbod/toegankelijkheid/veelgestelde-vragen/hoe-kan-u-een-tolk-vgt-oproepen--op-tv---website--/>

VRT. (z.d.-b). *VRT Toegankelijkheid*. Geraadpleegd op 30 december 2019, van <https://www.vrttoegankelijkheid.be/>

VRT. (2017). *Charter diversiteit* | *VRT.be*. Geraadpleegd op 30 december 2019, van <https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/opdracht/omroepthema-s/diversiteit/charter-diversiteit/>

VRT Taal. (2016, 7 januari). *Engels kan via omweg toch op verkeersborden*. Geraadpleegd op 28 april 2019, van <https://vrttaal.net/nieuws/engels-kan-via-omweg-toch-op-verkeersborden>

W3C. (2018, 5 juni). *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1*. Geraadpleegd op 2 januari 2020, van <https://www.w3.org/TR/WCAG21/>

Wablieft. (z.d.). *Drie schrijftips*. Geraadpleegd op 28 april 2019, van <http://wablieft.be/tekstadvies>

We are social, & Hootsuite. (2020). *Digital 2020 Belgium*. Geraadpleegd van <https://datareportal.com/reports/digital-2020-belgium>

Bijlage 1 – interview met Joke Van den Bulck, medewerker taalbeleid en taalpromotie bij atlas, integratie & inburgering Antwerpen.

De voorbeelden van reflexcommunicatie (p56-57) leveren steeds taalniveau B1/B2 op via <https://www.accessibility.nl/>. Volgens de Nederlandse Stichting Lezen en Schrijven is dit nog te moeilijk voor laagtaalvaardigen. Zij raden standaard A2 aan:

- *Welke standaard voor taalniveau hanteren jullie?*
- *Hoe kan je dit best testen ?*

De Accessibility Tool komt naar mijn ervaring heel vaak uit op een hoog resultaat. Het probleem is dat B1 en B2 heel ruim zijn.

Op dit schema (figuur 11, p. 56) zie je dat B1 de cursussen of modules Nederlands 2.1, 2.2, 2.3 & 2.4 omvat. [...] Er valt dus een heel groot pakket onder het niveau B1. Idem voor B2.

De Accessibility Tool is een goede tool om een richtlijn te geven, maar is niet persé sluitend. Wij geven als richtlijn het Klare Taal-niveau B1. Dit is ook onderzocht door een Nederlands onderzoek. Je kan in principe altijd één niveau beter begrijpen dan je zelf kan produceren. Dus ook wie in de cursus 1.1 zit, zou B1 kunnen begrijpen. Bovendien is het mogelijk om elke inhoudelijke boodschap te herhalen naar B1 niveau. Het is niet mogelijk om elke inhoudelijke boodschap naar 1.1 te hertalen. 1.1 is echt je personalia, werksituatie, woonsituatie, ...: heel beperkte dingen die heel dicht bij jezelf staan. Crisiscommunicatie staat hier al verder van af. Dit zijn niet de dingen die je in een basis cursus leest. Dus dat is niet mogelijk om dat op niveau 1.1 te gaan herschrijven. Maar het is zeker wel mogelijk om dit om B1 te schrijven.

Op onze website van <https://www.atlas-antwerpen.be/nl> staan per niveau filmpjes van korte gesprekjes. Dit geeft een goed beeld over het verschil tussen 2.1. en 2.4, wat allemaal onder B1 valt. Je zal zien dat je bij iemand met niveau 2.1. als Nederlandstalige gesprekspartner het gesprek nog erg moet leiden en sturen. Mensen gaat niet vanzelf bijvragen stellen. Op 2.4 kan je al wel meer verwachten.

Qua tools ken ik enkel de Accessibility Tool. Die is heel goed, maar je mag dit niet zomaar klakkeloos overnemen. Je moet onderzoeken of echt dit klopt. [...] Voor kleine twijfelgevallen kan je bijvoorbeeld surfen naar <https://www.zoekenvoudigewoorden.nl/>. Dan kan je aangeven welk niveau. Als je dan bijvoorbeeld ‘brandweer’ typt, zie je dat dit zowel in B1 als in A2 bestaat. Dan weet je waar je eventueel een synoniem voor moet zoeken.

Het is dus geen exacte wetenschap. Het hangt ook heel hard af van het type tekst. Als het bijvoorbeeld een brief is die je meegeeft ter ondersteuning van een gesprek, dan is dat gesprek een vergemakkelijkende factor en dat weet die tool niet. Dus het hangt ook af van wat je kanaal is. Zeker als het korte teksten zijn, heeft de website niet voldoende referentiepunten om het niveau te bepalen. Ik gebruik hem ook wel vaak, om een beginpunt te hebben, maar ik vergelijk hem heel vaak met dit schema (figuur 11, p. 56). Daar haal je natuurlijk niet voldoende informatie uit. De meeste informatie haal je eigenlijk uit het Europees Referentiekader. Daar staat echt elk niveau heel uitgebreid omschreven.

Om terug te komen op de aanbeveling van de Nederlandse Stichting Lezen en Schrijven: zij raden A2 aan. Natuurlijk hoe lager, hoe beter. Maar ik denk dat B1 in veel gevallen realistischer is. Als je kijkt naar de omschrijvingen uit het Europees Referentiekader voor A1: het taalgebruik is eenvoudig, de woorden zijn hoogfrequent, bekend uit de eigen taal of behoren tot internationaal vocabulaire. Maar hoogfrequente woorden, dat is al niet altijd het geval bij crisiscommunicatie. Teksten zijn helder van structuur met visuele ondersteuning. Dus het visuele moet er sowieso zijn, want nu ook niet altijd zo is. Het moet kort zijn: dat was nu wel. Het gaat over alledaagse onderwerpen, van concrete aard. Dat is het ook niet. Daarom denk ik dat A2 ideaal is, maar in de praktijk niet altijd realistisch. Terwijl B1 wel altijd realistisch is. Als je daar de criteria leest: teksten kunnen al wat langer zijn, betekenis van zo nu en dan voorkomende onbekende woorden kunnen afleiden uit de context,...

Hoe kunnen de teksten (pp. 51-52) nog verbeterd worden?

Ik had eens gekeken naar de voorbeelden die je doorstuurde. Ik zag dat je zelf al suggesties had gedaan en die waren eigenlijk wel goed. Ik had die natuurlijk te laat gezien, dus ik had al zelf de teksten herschreven.

Voorbeeld Vilvoorde: dit is niveau B2, ik denk dat dit komt omwille van de woorden ‘wegens’ en ‘rookoverlast’. Er staat ook geen onderwerp of imperatief in. Dat is een aanbeveling die ik zou doen of die jullie zouden kunnen doen naar de gemeentes. Hier staat “wegens rookoverlast, ramen en deuren preventief gesloten houden” :qua klare taal is het duidelijker om er ofwel een imperatief van te maken ofwel een onderwerp toe te voegen. Hiervoor moet je ook niets aan je inhoud laten vallen.

Voorbeeld NCCN: wat moeilijk is, zijn de woorden ‘bereikbaar’, ‘contact opnemen met’, ‘uitzonderlijk’. Ik vroeg me ook of er niet wat overbodige informatie in zit. Het deeltje “door een storing bij de telecomoperatoren”. Als burger zou ik me afvragen ‘so what?’. Ook als je het

erin steekt is het vervelend dat het in je eerste zin staat. Het belangrijkste uit dit bericht is dat je niet kan telefoneren.

Voorbeeld Antwerpen: ik vond het opmerkelijk dat de zin “We zijn er massaal ter plaatse en hebben ook nog ploegen onderweg.” er stond. Dat klinkt alsof “kijk, hoe hard we werken”, terwijl je je bericht niet wil versturen om te laten zien hoe hard je werkt. Je wil dit versturen om te vragen om de weg vrij te houden. Dus ik zou dit anders formuleren. Mijn aanbeveling zou zijn om de focus ergens anders te leggen. Het woordje ‘explosie’ is wel oké. Dat kan moeilijk zijn, maar dat kan ook internationaal zijn. Er staat ook ‘meer info volgt’. Dat is misschien een standaardzin. Dat is op zich oké, maar je kan dit nog actiever formuleren door te zeggen: “u krijgt nog meer info”. Zodat je altijd heel duidelijk een onderwerp en een actie hebt.

Voorbeeld Mol: dit is niet heel lezersgericht geschreven. Er zitten ook veel zinnen in die erg ‘interne keuken’ lijken. Je mag dit zeker laten staan, maar probeer het wat anders te formuleren om duidelijk te maken ‘wat betekent dit voor jou?’. Bijvoorbeeld, “de Zuiderring is afgesloten in beide rijrichtingen”. Dat is op zich wel duidelijk, maar je kan nog een stap verder gaan heel lezersgericht en actief te schrijven “Je kan niet meer rijden op de twee rijrichtingen van de Zuiderring.” Qua inhoud is dit exact hetzelfde, maar het is duidelijker. Anders ga je, als je dit leest, misschien niet denken dat je zelf iets moet doen. Terwijl het alternatief veel directer is. “Omwonenden krijgen het advies om ramen en deuren gesloten te houden”: dat is opnieuw een voorbeeld van een niet-lezersgericht zinnetje. Qua woordenschat, het woordje ‘toxisch’ kan opnieuw internationaal zijn. Het woord ‘ontvlambaar’ is zeker hoger dan B1, dus dat moet vervangen worden. We geven ook altijd als advies om het onderwerp eerst te zetten. Onderwerp, dan werkwoord en dan de rest.

“De crisiscel komt op dit ogenblik samen en bekijkt welke maatregelen er genomen moeten worden.”: dit zou ik weglaten. Wat procesinformatie betreft, daar zit iets achter. Je wil niet persé aangeven waar je mee bezig bent, maar dat je ermee bezig bent en dat mensen even geduld moeten hebben. Je moet soms zoeken naar de echte boodschap die je wil geven. Je kan je afvragen of dit is wat de burger ook wil lezen.

Als ik even onze tiplijst overloop, denk ik dat dit de belangrijkste zijn:

- Schrijf u of jij vanuit de lezer, niet wij. Maar het gaat ook verder dan dat. Het is niet alleen u of jij, het is ook meer lezersgericht schrijven, zodat je het ‘so what?’-gevoel kan vermijden.

- Schrijf alleen de essentie. Start met de kernboodschap en ge naar minder belangrijk.
- Gebruik zo weinig mogelijk hulpwerkwoorden, bijvoorbeeld tangconstructies.
- Gebruik cijfers in plaats van woorden, behalve als het over maanden gaat. In een datum kan je best de maand wel voluit zetten, omdat bijvoorbeeld in het Amerikaans dit omgedraaid is.
- Vermijd passieve zinnen zo veel mogelijk. Je wil ook heel actief je burger aanspreken.
- Wissel af tussen korte en lange zinnen
- Zet het onderwerp vooraan.
- Gebruik gemakkelijke structuurwoorden. Niet ‘echter, immers, hoewel’, maar ‘en, maar, want’.
- Instructies zijn heel duidelijk, zeker voor laagtaalvaardigen.
- Gebruik internationale woorden
- Vermijd dubbele ontkenningen.

Hoe kan je efficiënt beeld gebruiken in communicatie? Welke pictogrammen werken het best ?

Je boodschap visueel ondersteunen is een goede insteek, tenzij dat je visuele ondersteuning niet duidelijk is. Dit is dikwijls bij pictogrammen het geval. Een pictogram is iets abstract, dit is niet hoe de realiteit eruit ziet. Het kan zijn dat laaggeletterden dit niet begrijpen. Als je bijvoorbeeld zegt: “je moet naar de Kerkstraat, hier is een plan”, dan kan het zijn dat zij dit niet kunnen lezen omdat het plan er anders uitziet als de straat en omdat dit iets abstract is. Wat dan wel helpt is een foto van de gevel of de voordeur van het gebouw, van waar ze naartoe moeten. Ik denk dat je altijd moet afwegen: een foto is altijd het beste, een pictogram kan werken als dit ooit is aangeleerd geweest, zoals bv. de pictogram voor nooduitgang of het I-symbool. Je zou een testgroep moeten hebben om te bepalen of het helpt of het extra verwarrend maakt.

Sommige pictogrammen werken zeker, maar ik merk vaak dat ze verkeerd gebruikt worden: bijvoorbeeld een pictogram bij het woordje ‘telefoon naar’, met de afbeelding van een telefoon, terwijl dat dit woord helemaal niet moeilijk is. Maar bij moeilijke stukken van een

tekst, met een moeilijke inhoud wordt dan geen pictogram bijgezet of iets wat voor heel veel interpretatie vatbaar is. Het beste is foto's of afbeeldingen.

Hebben jullie zicht op het mediagebruik van anderstalige nieuwkomers ?

In Antwerpen moet alles digitaal: als je een afspraak moet maken bij het Districtshuis, je hebt voor alles een e-mail nodig. Daar wordt ook hard in de lessen MO [Maatschappelijke Oriëntatie] op ingezet. Dus op dat vlak maak ik me voor deze doelgroep geen zorgen.

In Antwerpen hebben we ook de Welkom In Antwerpen-app. Die app heeft zeker elke anderstalige nieuwkomer. Ze hebben hem allemaal op zijn minst al eens gezien en normaal ook geïnstalleerd, want daar wordt heel hard mee in de lessen gewerkt. Toch een heel groot deel: er zijn natuurlijk die niet naar de lessen komen, omdat die niet verplicht zijn of enkele die hier al heel erg lang wonen en dus niet meer op inburgeringscursus moeten. Maar er wordt heel erg op ingezet, en ook andere organisaties (bv. maatschappelijk assistent) verwijzen daar naar door. Dit is een app die door atlas, integratie & inburgering Antwerpen is ontwikkeld.

Ken je technologische alternatieven voor vertaling of tolken ?

Er bestaat een app die vrijwillige vertalers-tolken en aanvragers in contact brengt. De vrijwillige vertaler-tolk wordt verbonden via live chat met de aanvrager, waar ze tekst of documenten kunnen sturen of een audio of videogesprek kunnen voeren. Je moet je wel op voorhand registreren en je hebt internet nodig. Het nadeel is wel dat het geen opgeleide vertaler-tolk is en je dus geen kwaliteitscontrole hebt. Bovendien is Nederlands naar een vreemde taal weinig beschikbaar, terwijl dat waarschijnlijk Engels naar een vreemde taal meer beschikbaar is.