

Voorlichting

Inleiding

Definitie

Voorlichting is een vorm van **(massa)communicatie** waarbij men de **intentie heeft tot beïnvloeding** van de mening, houding en gedrag van de voorgelichte, dat hoofdzakelijk **steunt op kennisvermeerdering**. Het **belang van de voorgelichte** staat altijd **centraal**!

Opm.: je moet niet perse massamedia gebruiken om voor te lichten!

1. Verschillende indelingen

A. volgens terreinen

- Overheidsvoorlichting
 - Federaal
 - Gemeenschappen
 - Provincie
 - Gemeente
- overheid = belangrijke voorlichter!
 - Vb. premies & subsidies
- Gezondheidsvoorlichting
 - Vb. Vaccin baarmoederhalskanker
- Consumentenvoorlichting
 - Vb. Testaankoop
- Milieuvorlichting
 - Vb. GFT-bakken
- Energievoorlichting
- Verkeersvoorlichting
 - Vb. www.wegenwerken.be
- Misdaadvorlichting
 - Vb. gauwdieven
- Voorlichting van studie- en beroepskeuze
- Economische voorlichting
 - Budget, belastingen en bedrijfskundig

B. volgens communicatieproces

- Volgens het initiatief
 - Actieve voorlichting : zelf voorlichting aanbieden
 - Passieve voorlichting : de voorgelichte vraagt zelf om voorgelicht te worden
- Volgens omgang van de groep
 - Micro : persoonlijk, kleinschalig
 - Meso : groep van mensen
 - Vb. School, gemeente

Macro: niemand w uitgesloten

- Volgens gerichtheid

Interne voorlichting : binnen de organisatie

Vb. school geeft info over studiekeuze

Externe voorlichting : buiten de organisatie

Vb. Seksuele voorlichting van buitenaf

Neerwaartse voorlichting : Zender beslist info te komen geven

Opwaartse voorlichting : Ontvanger vraagt naar voorlichting

Directe voorlichting : zonder tussenpersoon

Indirecte voorlichting : met tussenpersoon

C. volgens uiteindelijke doelstelling

Doel : kennisvermeerdering!

Eventueel sociale veranderingen, maar hoofddoel is kennisvermeerdering

D. volgens strategie

Rationeel-empirische strategie

Proefondervindelijk, nadenken, wetenschappelijk, op basis van ervaring

→ De mensen weten al veel van dit ond, je moet niet zoveel moeite doen om de mensen te overtuigen

Normatieve-reëducatieve strategie

→ normen, heropvoeding

E. volgens benaderingsmethode

Massamediale voorlichting : voorlichting via de klassieke massamedia

=groot publiek

Voordeel: bereikt een zeer groot publiek

Is redelijk goedkoop in vgl met hoeveel mensen je bereikt

Nadeel: indirecte karakter van de communicatie

Interpersoonlijke voorlichting : face to face

= directe feedback

= duur!

Voordeel : persoonlijk contact tussen voorlichter & voorgelichte

Nadeel : Het is duur / persoon!

De mogelijkheid dat de Zender de Ontvanger beïnvloedt.

(vb. Zender stinkt)

Multimediale voorlichting : combinatie van verschillende media

Combinatie : Publiek nog nooit over onderwerp gehoord

→ Massamedia verricht nuttig werk

→ Massamedia opent de weg naar andere vormen van voorlichting

→ Hierbij kan het interpersoonlijke contact de doelgroep vervolgens op een meer directe manier informeren

2. Doel van voorlichting

Informeren

Kennisvermeerdering

Onderrichten ten voordele van de ontvanger

Sensibiliseren

Beïnvloeden van gedrag, mening & houding

3. Taken van de voorlichter

Passieve informatietaak

Info ter beschikking houden

Publiek toegankelijk maken voor wie er zelf om vraagt

Actieve informatietaak

Info actief aanreiken bij de publieksgroepen voor wie ze bestemd is

Sensibiliserende taak

Rond algemene/specifieke thema's sensibiliseren met de bedoeling om het publiek tot een andere houding te bewegen

Op actieve manier de houding van het publiek proberen te vormen

4. Soorten voorlichting

Informatieve voorlichting:

Ter beschikking stellen van info

Passieve openbaarheid van bestuur : Inspelen op informatie zoekgedrag van mensen

Je krijgt altijd alle info waar je recht op hebt

→ als een burger iets wil weten mag hij altijd info vragen en krijgen

Actieve openbaarheid van bestuur: actief aanreiken van info

Educatieve voorlichting:

Doel : probleemoplossend vermogen van Individuen / groepen te verhogen

Persuasieve voorlichting:

Doel: overtuigen van groepen mensen en hun houding / hun gedrag beïnvloeden

5. Eigenheid van voorlichting

- Zelden onderzoeksgegevens
 - < Onderzoek is duur
- Het publiek is terughoudender bij marktonderzoek
 - Mensen laten niet graag het achterste van hun tong zien
 - privéonderwerpen
- Gedragsverandering is moeilijk
- Bocht van 180 graden
 - Men vraagt grote gedragsveranderingen (van 1 standpunt voor ander standpunt)
- Aanpassing product, diens of werkwijze
 - Je kan niet onderhandelen over boodschap
- Complexe onderwerpen
 - heeft vaak te maken met gezondheid
 - Is persoonlijk..
- Vaststelling gevolgen voorlichting

- Geen onmiddellijk voordeel voor het individu voor de voorgelichte
- Welke andere factoren spelen nog een rol?

6. Overheidsvoorlichting

Openbaarheid van bestuur in 1993 vastgelegd in de grondwet

De overheid geeft concrete gevolgen aan het niet naleven van bepaalde dingen en deze staan vastgelegd in wetten en decreten

2 federale wetten

1^e ~ openbaarheid van bestuur algemeen

2^e ~ openbaarheid van bestuur in provincies en gemeenten

Vlaams decreet

Brusselse ordonnantie

Transparance administrative

= soortgelijke decreten in de franse gemeenschap en het Waals gewest

Actieve openbaarheid : overheid gaat zelf de burgers op de hoogte brengen

Passieve openbaarheid : burgers mogen vragen om dossiers in te kijken.

Overheidscommunicatie : Benaderingswijze

5 middelen om gedragsverandering waar te maken

1. Regels, wetten & voorschriften
Afdwingbaar daar dreigen met sancties
2. Voorzieningen
Zonder voorzieningen is het moeilijk om de wet uit te voelen
Vb. iedereen schoolplichtig! Zonder scholen is dit moeilijk na te leven!
3. Geld
Geven en vragen
Vb. Boetes, premies, subsidies
4. Druk uitoefenen
Beroepssector gaat zelf toezien of bep voorwaarden in stand w gehouden
Vb. artsen worden gecontroleerd door collega's om te zien of ze niet teveel geld vragen
Vb. Ik zeg dat Sven niet mag rijden als hij gedronken heeft
→ burger tot burger!
5. Communicatie
Vb. politieagent die info komt geven over behalen van het rijbewijs

De Directie Externe Communicatie

= federaal: hele land

Kanselarij: 1^e minister

Men wil burgers professioneel en efficiënt informeren

Men wil België promoten

Doel : burgers inlichten over de beleidsdaden van de regering en de federale Overheidsdiensten

Opdrachten :

1. Dienstverlening en kennisverspreiding met betrekking tot communicatie
2. Initiëren en uitvoeren van departementoverschrijdende communicatieprojecten

Vb. Belgopocket

= een handig zakboekje dat antwoorden geeft op vele vragen die burgers vaak aan de overheid stellen

Behandelt 11 thema's:

- gezondheid en sociale zekerheid
- werkgelegenheid
- huisvesting
- vervoer en mobiliteit
- familie
- leefmilieu
- consumentenbescherming
- justitie
- pensioen
- belastingen en fiscaliteit
- burgerschap en democratie

Doelstelling : Er komen vaak veel vragen binnen voor de overheid. Het antwoord op deze veelgestelde vragen samenbrengen in een boekje

Communicatieambtenaar

→ actieve openbaarheid van het bestuur

In provincies, gemeenten en de OCMW's w communicatieambtenaren aangeduid.

Vroeger : Communicatieambtenaar = informatieambtenaar = voorlichtingsambtenaar

Aanduiding van een communicatieambtenaar :

Een ambtenaar die een extra takenpakket krijgt, wat losstaat van het arbeidsrechtelijk statuut van die functie.

- Deel van de **uitvoering van het communicatiebeleid** op zich nemen.
- Een goede communicatie met de bevolking is een opdracht voor de hele bestuursinstantie.
- een gangmaker, een trekker, een **aanspreekpunt**.
- Hij **stimuleert zijn bestuur om aandacht te hebben voor de communicatie** die wettelijk nodig is (over het beleid, de beslissingen en de dienstverlening)
- **speelt een coördinerende en begeleidende rol bij de planning, ontwikkeling en uitvoering van die communicatie** (folders, websites, advertenties, infosessies, e-mailnieuwsbrieven, opendeurdagen,.).
- De communicatieambtenaren moeten **er ook op toezien dat documenten bestemd voor de burger in correcte en verstaanbare taal geschreven zijn**.

- Om hun taken te kunnen vervullen hebben de communicatieambtenaren het recht bij de betrokken bestuursinstantie alle nuttige documentatie op te vragen of er inzage van te nemen op de plaats waar die normaal wordt bewaard.
- Ze zullen ook een **rol moeten spelen in de voorbereiding van het communicatiejaarverslag van de Vlaamse Regering**

Hoofdstuk 1 : organisaties!

Er zijn 2 soorten voorlichting

- gericht op onszelf
→ overheidsvoorlichting, sensoa, JAC
- helpen van andere mensen: goede doel
Vragen steun en geld
Vb. kom op tegen kanker!

Verschillende organisaties

Kortom

=vereniging voor overheidscommunicatie

opgericht : november 2000

→ 450 communicatieprofessionals die vooral bezig zijn met overheidscommunicatie

→ Kennis rond overheidscomm te bundelen

→ een netwerk te bieden aan allen die werken a betere overheidscomm

Wat doen ze? Info uitwisselen en Networking

Doel?

Professionaliseren

= beter w, zonder fouten, je weet meer, je hebt vaardigheden

= door oefenen, bijstuderen, kennis verzamelen, ervaring

Burgers dienen door professionele aanpak & uitvoering van de comm in de openbare besturen.

Hoe realiseren ze hun doel?

Kennis staat op een databank

3 soorten info :

- Literatuur = teksten, boeken
- Praktijkdocumenten Vb. handleiding
- Regelgeving = wetten rond communicatie

E-Group: Soort forum waar je elkaar vragen kan stellen

5 doelstellingen

- Deskundigheid
- netwerk en forum: ken de juiste mensen
- dienstverlening = info voorzien
- opkomen voor maatschappelijk belang
→ verdedigen waarom nood aan overheidscomm
- u laten horen!

Leden :

1. *Effectieve leden*

- Contractuele communicatiemedewerkers van de gemeenten
- OCMW's,
- intercommunales,
- EVA's, provincies,
- de Vlaamse en federale overheid en haar instellingen.
- Politiekers die zich bezig houden mt communicatiebeleid.
- Docenten, wetenschappelijke medewerkers?..

→€ 130

2. Geassocieerde leden

= reclameadviesbureaus / communicatiebureaus

Die betrokken willen blijven met wat er gebeurt in de overheidscomm

→€620

3. Aspirant leden

= studenten communicatiemanagment

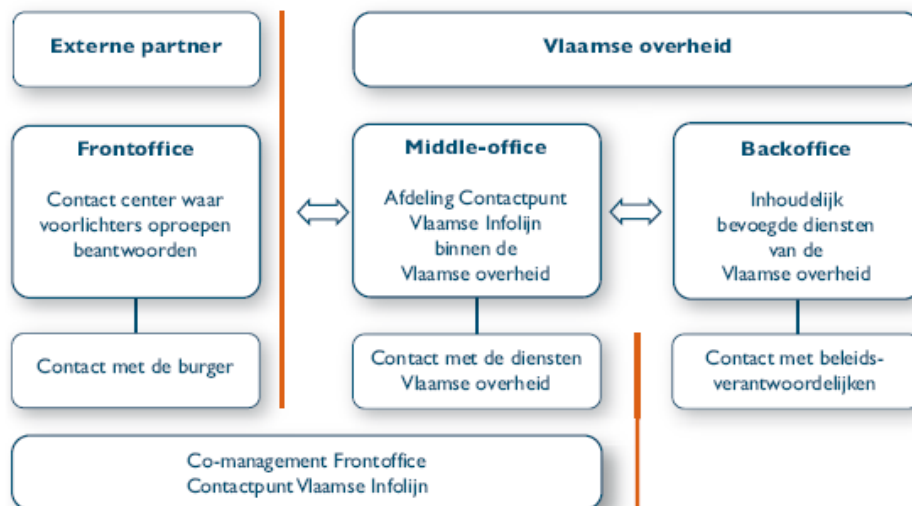
→€15

4. Externe leden

Geïnteresseerden die zich via website registreren en daardoor de nieuwsbrief ontvangen

- Vlaamse infolijn – 1700

Info over de Vlaamse overheid



Frontoffice

= eerste contact met bedrijf & organisatie

Is meestal geen rechtstreeks contact

= bellen / mailen / chatten ...

→w meestal uitbesteed aan externe partner

→Eerste lijnshulp!

Vgl. Receptie

Middle-Office

= de eerste die je in het bedrijf zelf tegenkomt

~beleidsverantwoordelijke

→informatie doorgeven

→vormt schakel tussen klas, frontoffice & backoffice

Vgl. Assistentie ad receptie van de dokter

Backoffice

= het bedrijf zelf

Je hebt er niet zoveel zicht op: Diensten
→ Vlaamse overheid zelf
Vgl. Dokter

Dienstverlening

- Aan de klanten
 - Wegwijsinfo naar d juiste dienst
 - Eerstelijnsinfo
 - Actualiteitsinfo
- Aan de diensten van de Vlaamse overheid
 - Ondersteuning van de voorlichtingsfunctie
 - Advisering & ondersteuning van de diensten
 - Signaalfunctie voor beleidsmakelaars
 - Multikanale dienstverlening
 - Adhv versch media
- Toegankelijkheid van de dienstverlening
 - Drempelverlagend
 - Dienstverlening voor mensen met auditieve handicap
 - Anysurfer voor www.vlaanderen.be

Belgisch Instituut voor Verkeersveiligheid

BIVV (vb. BOB-campagne)

- Affiches hangen langs de snelweg!
www.watisuwexcuus.be
- dienst van de overheid
- verkeersveiligheid
- bemiddelen

Doelstellingen: BIVV wil verkeersveiligheid en verkeersleefbaarheid verbeteren door :

- Door voorlichting en opvoeding
Vb. Tv, School
- Onderzoek & advies
- Onderzoeken waar knelpunten zitten
Vb. Plaatsen waar veel verkeersdoden zijn
< ?
- Vertegenwoordiging & coördinatie
- Uitvoering van door de overheid toevertrouwde opdrachten

3 manieren om de mensen te benaderen

- Weggebruiker
 - Wat beïnvloed zijn gedrag?
 - Rijopleiding & verkeerslessen
- Voertuig
 - Keuring!
 - Soms w aan overheidsvoorlichting gedaan door info over veelgestelde vragen te geven. Vb. hoe oliepijl meten?
- De weg: omgeving

Postbus 51

= Nederlandse organisatie

Overheidscomm in Nederland gebeurt via Postbus 51 (in BE is dit via de overheid zelf)

→ is ooit zo geweest dat de ministers dit wel zelf deden, nu is makkelijker als ze dit uitbesteedden omdat ze de overheid dan meer toegankelijker & beter bereikbaar maakten.

Sensoa

Vlaamse service & expertise centrum voor seksuele gezondheid en HIV

→ Mensen leren praten over seks, aangename maar ook minder aangename dingen

Hoofdstuk 2 : COMM Collection

Wat?!

Reeks praktische gidsen voor federale communicatoren

→ samenwerking tussen federale ambtenaren die actief zijn op het terrein van communicatie

Er zijn al 9 reeksen verschenen.

Wij bespreken “Visie & opdrachten externe communicatie”

→ Externe communicatie van de overheid

- Beleid goed communiceren
 - Krachtlijnen & strategie
 - Doelen :
 - Samenwerking tussen beleidsvoerders en communicatieverantwoordelijke
 - Goeie comm = doelgericht + actief!
 - Synergie creëren
- geïntegreerde comm = geheel is meer dan de som der delen

1. Visie

Mission statement

Communicatie is het instrument van het beleid

(regels, voorzieningen, geld, druk uitoefenen, communicatie)

= Voorlichting!

Professionele overheidscomm moet het vertrouwen van de burger in het land & zijn democratische instellingen vergroten in binnen- en buitenland

= PR

2. Krachtlijnen

- Informatie:
 - Recht van de burger! We hebben recht op info! Plicht van de overheid!
 - Wet openbaarheid van bestuur
- Info is er wel, maar moet in de juiste verpakking en op 't juiste moment gebracht worden.
Overheidswerking doorzichtiger maken kan in 2 richtingen!
 - Actief
 - Zelf info aanbieden
 - Neerwaarts
 - Overheid naar Burger
 - Passief
 - Ontvanger vraagt naar info
 - Opwaarts
 - Burger naar overheid
- Overheidscomm = deel van het federaal beleid
 - Er moet aandacht zijn voor alle fasen van het beleid
 - Voorbereiding

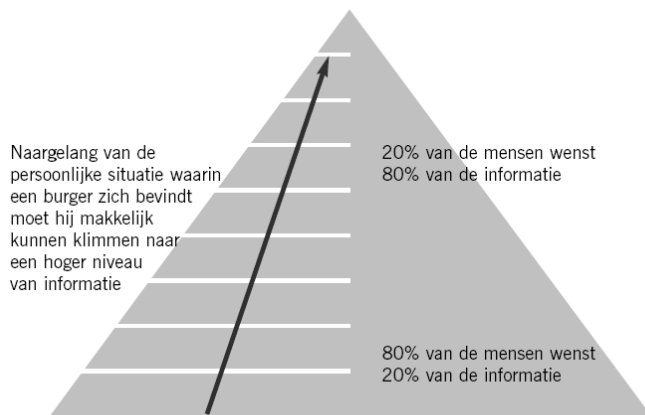
- Uitvoering = mensen aanstellen & training geven
- Evaluatie
- Dienstverlening = effectief de mensen die op de bus komen controleren (vb zwartrijders)
Bij communicatie is er ook een cyclus van planning terug te vinden (voorbereiding, uitvoering, evaluatie & bijsturing)
- Overheidscommunicatie is open, transparante en actieve tweewegscommunicatie
 - Lage toegangsdrempel: open, transparant
 - Doelgroepencommunicatie: Communiceren met de mensen voor wie 't onderwerp interessant is
 - Mediamix
 - Taal van de burger
 - Mogelijkheid tot interactie
- **Communicatie is neutraal en feitelijk**
Verskil tussen overheid & politiek
Overheid : neutraal en feitelijk
Politiek : propaganda, in het voordeel van de politieke partij
Overheidsvoorlichting van de overheid
= vrij onzichtbaar
Vgl. gemeente: burgemeester ↔ stadhuis Paspoort/ rijbewijs
= Regeringsbeslissingen
= Maatschappelijke thema's
= Samenwerking tussen bestuurders en communicator
Federale overheidsdiensten : zijn communicatieverantwoordelijken
Worden niet verkozen
Kabinetten worden verkozen!
- **Overheidscommunicatie is consistent en beantwoord aan controleerbare en afdwingbare kwaliteitsnormen** (niet zo heel België)
Overheidscomm is gevoelig: verschillende meningen
Vb. Werkloosheidsuitkering
Financiering < belastingen!
- **Overheidscomm is continu, over nieuwe en over bestaande maatregelen**
Je mag niet enkel communiceren als er iets nieuws is
Ad Hoc : tijdelijk bericht: 1x aandacht geven aan dat bepaald bericht
→ er is een continue informatiebehoefte
Bestendigheid van de openbare dienstverlening moet weerspiegeld wordt in de bestendigheid van de communicatie

3.de communicatiestrategie

Strategie : concreet omzetten van wat de krachtlijnen willen zeggen!

- Uitgangspunt communicatieproces
Vragen van de burger!
- Wie alles aan iedereen communiceert, communiceert uiteindelijk niets! Specifieke doelgroepen
→ Informatiepiramide!
20%die geen beetje info willen = Zwakkere doelgroep!
→ informatie zoekgedrag = NEGATIEF!

- < niet iedereen is online
- < analfabetisme
- < kansarmen
- < sociale uitsluiting/digitale kloof (= niet de nodige materialen)



Een zorgmaatschappij zorgt ook op communicatief vlak voor zwakkere groepen

Dat gebeurt met specifieke acties:

Doelgroepbepaling : wie heeft nood aan voorlichting?

Doelstelling & boodschap: wat hebben ze nodig vanwege hun zwakkere positie

Middelen : Intermediairen en media

-> vervullen 2 bel functies in het comm proces

Distributeur van de boodschap

Eigen netwerken

Versterker van de boodschap

Bep autoriteiten waardoor ze de boodschap meer impact kunnen geven

Strategie : Hoe?

Proactieve & responsieve informatie.

Proactief : anticiperen, op voorhand werken

Responsief : reageren op bep situaties

Huisstijl

Mix van communicatiemiddelen