

Overkoepelende boodschap

Essentie in 1 á 2 zinnen

Beloon scholen voor inclusie en onderzoek bij ieder probleem welke aanpassingen in de context voor verlichting of oplossingen kunnen zorgen.

Ondersteunende boodschap 1

Maak consequent "TLV's" en "OPP's" voor schoolcontexten

Onderbouwing

Stel de vraag Hoe gaat deze school de context zo aanpassen dat ieder kind uit de buurt erheen kan. Omschrijf: Wat hebben de school en leerkracht hiervoor nodig? Evalueer regelmatig

Ondersteunende boodschap 2

Maak geen enkele aanpassing afhankelijk van een kindgebonden label of indicatie

Onderbouwing

Scholen moeten de mogelijkheid krijgen om aanpassingen te doen op basis van verzoeken als:
*we willen ons gebouw toegankelijk maken voor rolstoelen
*we willen een stilteruimte in de school inrichten
*we willen onderwijsassistentie in groep 6 en 8 omdat de leerkrachten deze ondersteuning nu nodig hebben

Ondersteunende boodschap 3

Reken scholen minder af op leerlingprestaties en meer op de mate waarin men er in slaagt om kinderen aan boord te houden

Onderbouwing

Bewijsvoering 1

**In dit artikel
onderbouwen we het
pleidooi voor het
afschaffen van de term
children with special
needs:**

<https://pedagogischestudien.nl/articel/view/13993/15709>

Bewijsvoering 2

**Er is geen bewijs dat
kindgebonden labels en
behandelingen kinderen op
de langere termijn helpen,
terwijl ze wel risico's met
zich meebrengen. Zie hier
voor een samenvatting:**

<https://blog.pedagogiek.nu/blog/2023/10/26/voer-het-gesprek-over-niet-effectief-gebleken-labeldrift/>

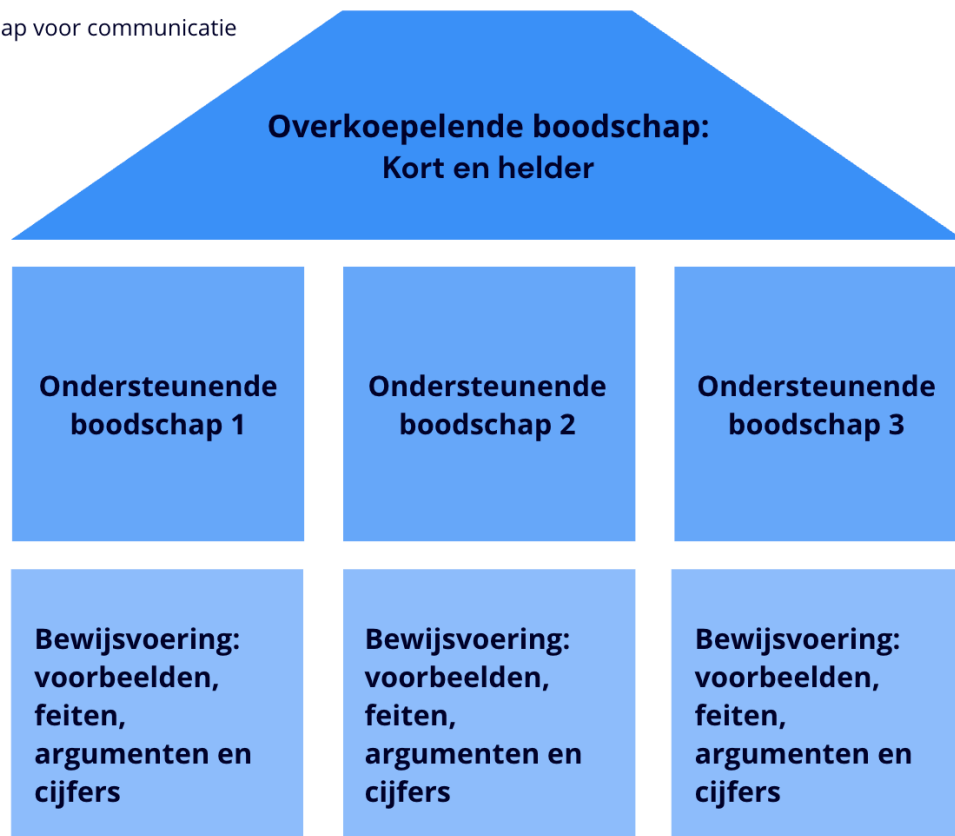
Bewijsvoering 3

**De onderwijsinspectie
stelt dat scholen
ruimte hebben om te
beargumenteren waar
prestaties lager
uitvallen door
inclusieve acties. In de
praktijk hoor ik keer op
keer van scholen dat
ze leerlingen
wegsturen of weigeren
uit vrees voor
negatieve
beoordelingen van de
inspectie. Beleid en/of
communicatie
hierover moet beter.**

Toelichting: Message House model

Hoe kunnen we zorgen dat de boodschap eenduidig is én flexibel ingezet kan worden? Een onderstaande 'message-house' model biedt handvatten om uit te leggen waar we voor staan en wat we willen bereiken. Het bevat elementen die nodig zijn hebt om het verhaal op te bouwen, zonder dat het een vaste vorm voorschrijft. We kunnen het inzetten als toetssteen voor alle communicatie-uitingen: zitten alle boodschappen erin die erin moeten zitten? De kernelementen staan vast, maar in welke volgorde je ze vertelt en hoe je ze illustreert of toelicht niet. Zo kan de boodschap toegespitst worden op specifieke momenten en communicatiemiddelen, zonder dat de kernelementen verloren gaan.

 Maatschap voor communicatie



De bouwstenen

- Het dak: een kort en helder statement en vormt de kern van wat je wil vertellen.
- De muren: de overkoepelende boodschap krijgt invulling aan de hand van ondersteunende boodschappen. Door drie punten te gebruiken, komt je verhaal helder over en is het te begrijpen en onthouden door je doelgroep. De ondersteunende boodschappen kunnen bijvoorbeeld het waarom, hoe en wat van je overkoepelende boodschap zijn, of argumenten die je overkoepelende boodschap versterken. In welke volgorde of hoe uitgebreid de ondersteunende boodschappen terugkomen in je communicatie, mag verschillen.
- De fundering: de bewijsvoering. Daarmee maak je de ondersteunende boodschappen concreet en geloofwaardig, door voorbeelden te geven of ze met feiten en cijfers te onderbouwen. Gebruik de bewijsvoering waarvan jij denkt dat die aansluit bij je doelgroep!