

# Kansen voor herkenbare publiekscommunicatie


*Een onderzoek naar de mate waarin  
mensen in Nederland zichzelf herkennen in  
de communicatie van de Rijksoverheid*

*Oktober 2023*



Onderzoek uitgevoerd door

**MARKET  
RESPONSE**



De Rijksoverheid communiceert op allerlei verschillende manieren met mensen in Nederland. Bijvoorbeeld via websites, sociale media en spotjes op radio en TV. We willen weten of mensen in Nederland zichzelf herkennen in deze communicatie en of verschillende groepen mensen erin zijn afgebeeld. Hierbij hebben we vooral gekeken naar de afbeeldingen in de communicatie en minder naar de tekst. We willen de herkenbaarheid ook beter begrijpen. Zodat we snappen wanneer communicatie meer of minder herkenbaar is.

In deze samenvatting vind je de belangrijkste punten die zijn geleerd uit het onderzoek en onze ideeën over hoe de communicatie van de Rijksoverheid nog herkenbaarder kan worden gemaakt. In het complete onderzoeksrapport vind je uitleg over hoe het onderzoek is uitgevoerd en alle resultaten, conclusies en aanbevelingen. De belangrijkste leerpunten zijn:



## 1. Communicatie van de Rijksoverheid is vaker wel dan niet herkenbaar

## 2. Ouderen, mensen met een groter lichaam en mensen met een zichtbare beperking worden te weinig afgebeeld



Er zijn veel verschillende mensen te zien in de communicatie. We zien mannen en vrouwen, mensen met verschillende huidskleuren, in verschillende situaties en beroepen. Wat we ook hebben geleerd, is dat er minder vaak ouderen (60 jaar en ouder), mensen met een groter lichaam en mensen met een zichtbare beperking te zien zijn in de communicatie dan je verwacht te zien, gelet op hun aantallen in de hele bevolking van Nederland. Van weer andere groepen, zoals mensen met een bi-culturele achtergrond, hebben we geen vergelijking met de bevolking kunnen maken. Voor die groepen kunnen we niet zeggen of ze voldoende vaak zijn afgebeeld in de communicatie van de Rijksoverheid.





### 3. Jongeren vinden communicatie het meest herkenbaar, ouderen het minst. Wisselend beeld bij mensen met een bi-culturele achtergrond



Jongeren herkennen zich vrij goed in de communicatie van de Rijksoverheid. Bij ouderen is dat anders. Ouderen zien niet veel mensen van hun leeftijd in de communicatie van de Rijksoverheid en ook niet veel situaties die nuttig zijn voor hen. Wat opvalt is dat ouderen vaak ook niet verwachten dat ze zichzelf zullen herkennen. Dat komt deels omdat veel onderwerpen waar de Rijksoverheid over communiceert niet meer zo relevant zijn voor hen. Dit komt ook omdat ze soms het gevoel hebben dat ze niet belangrijk zijn en zich genegeerd voelen.

Bij mensen met een bi-culturele achtergrond zien we verschillende reacties als het gaat om het zichzelf herkennen in de communicatie van de Rijksoverheid. In sommige gevallen herkennen ze zich redelijk goed in de communicatie. Maar er zijn ook bepaalde uitingen waarin ze zich helemaal niet kunnen vinden. Dat is vooral het geval bij uitingen waarin helemaal geen mensen met een bi-culturele achtergrond te zien zijn. Bovendien hebben veel van hen kritiek op de overheid als het gaat om inclusie (iedereen laten meedoen).

Communicatie van de Rijksoverheid: informatie die de Rijksoverheid overbrengt aan mensen in Nederland. Dat kan zijn via websites, sociale media, post en campagnes op radio, TV en internet.



#### 4. De situatie waarin mensen te zien zijn en wat ze aan het doen zijn, zijn minstens zo belangrijk voor herkenning als de afgebeelde mensen zelf



Jezelf herkennen komt niet alleen door de mensen die te zien zijn in uitingen. De situatie waarin mensen te zien zijn en wat ze aan het doen zijn, zijn nog belangrijker voor herkenning.

Mensen herkennen zich niet alleen in de uiterlijke kenmerken van de afgebeelde personen. Het is dus niet nodig om iemand te zien die precies op jou lijkt om jezelf te herkennen. De kans op herkenning is wel groter als de persoon op de afbeelding op jou lijkt.

Het is belangrijk voor herkenning dat mensen hun eigen leefwereld terugzien in de communicatie. Dit geldt vooral voor situaties en activiteiten die ze zelf hebben meegemaakt. Ook is het voor de herkenning nuttig wanneer ze mensen zien die lijken op mensen uit hun sociale kring. Bovendien draagt een positieve communicatie bij aan herkenning: het tonen van prettige emoties of vriendelijke en open personen maakt het voor mensen gemakkelijker om zich erin te herkennen.





## Hoe kan de Rijksoverheid herkenbaarder communiceren?

- Ga door met aandacht voor en inspanningen op herkenbaar communiceren.
- Laat vaker ouderen, mensen met een zichtbare beperking en mensen met een groter lichaam zien in communicatie.
- Om voor meer herkenning te zorgen, is het belangrijk om niet alleen naar de mensen op de afbeeldingen te kijken. Denk ook aan andere dingen zoals de plek waar ze zijn, en wat en hoe ze doen. Als de boodschap ook positief is, helpt dit om de herkenning nog beter te maken. Hier zijn een paar ideeën:
  - Verschillende plekken laten zien: zorg ervoor dat de achtergrond op de foto's en filmpjes bestaat uit verschillende plaatsen, zoals steden, platteland, scholen, winkelcentra, markten en parken.
  - Verschillende dingen laten doen: laat mensen verschillende dingen doen in de foto's en filmpjes, zoals werken, leren, sporten, met vrienden praten, of ontspannen.
  - Iedereen is anders: zorg ervoor dat de mensen op de foto's en filmpjes er allemaal anders uitzien. Sommigen zijn jong, anderen oud. Sommigen zijn mannen, anderen vrouwen. Weer anderen zijn juist niet zichtbaar mannelijk of vrouwelijk. Toon verschillende huidskleuren. Zo kunnen meer mensen zichzelf herkennen.
  - Kijk niet naar één enkele eigenschap van mensen, maar ook naar de combinatie van eigenschappen. Bedenk dat als je bijvoorbeeld foto's gebruikt waarin een homoseksuele relatie zichtbaar is, dit niet alleen maar witte mannen hoeven te zijn. Of als je foto's van mensen met een grotere lichaamsomvang gebruikt, zorg ervoor dat ze niet altijd oud zijn.
  - Echte mensen en echte situaties: probeer zoveel mogelijk echte situaties en echte mensen uit de samenleving te laten zien, in plaats van acteurs en studio-omgevingen. Dat ziet er natuurlijker uit en voelt minder gemaakt aan.
  - Positief: Laat positieve dingen zien. Beeld mensen in een positieve houding en omgeving uit.
- Probeer niet om alle ideeën hiervoor in één uiting te verwerken. Dat zal als nep aanvoelen.

Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van Dienst Publiek en Communicatie, Ministerie van Algemene Zaken.

Ga voor meer informatie en het hele onderzoek naar:

[www.communicatierijk.nl/vakkennis/inclusieve-communicatie](http://www.communicatierijk.nl/vakkennis/inclusieve-communicatie)