



DE COMMUNICATIECHECK – INTRODUCTIE

Van kennis naar toepassing op communicatiemiddelen

**KATA
PULT**

AANJAGERS
VAN DE KENNIS
VOOR MORGEN

Als communicatieprofessional in het onderwijs ben je dagelijks bezig met het maken en aanscherpen van communicatie-uitingen en voorlichtingsactiviteiten voor technische opleidingen. Zodat meer jongeren in de bovenbouw van het voortgezet onderwijs (vmbo-havo-vwo) kiezen voor jouw technische opleidingen. Pak deze check erbij wanneer je een briefing schrijft, middelen ontwikkelt, beelden selecteert et cetera. Sluit je voldoende aan op de uiteenlopende drijfveren van jongens en meiden om hen enthousiast te maken voor techniek? De check is ook handig in de dialoog met anderen: docenten, decanen, tekstschrijvers, fotografen, filmers en beeldredacteurs. Geef dit instrument vooral door, dat maakt jouw werk makkelijker en leuker.



Wil je de communicatiecheck delen met collega's en andere professionals? Je vindt de digitale versie op: www.wijzijnkatapult.nl/communicatiecheck

De Communicatiecheck is ontwikkeld in samenwerking met Youngworks en onderwijsprofessionals.

WAAROM DEZE COMMUNICATIECHECK?

Met deze Communicatiecheck laten we de mogelijkheden zien om een brede groep jongeren aan te spreken voor techniek. Jongeren baseren hun keuzes voor de toekomst sterk op de associaties die ze bij een richting hebben. Associaties ontwikkelen jongeren op basis van ervaringen.

Om hen te enthousiasmeren voor techniek is het daarom belangrijk om hen positieve ervaringen – in beeld, taal en beleving – te bieden en ze te inspireren met de verschillende kanten van techniek. Zodat meer jongens en meiden een technische opleiding overwegen.

WIL JE MEER WETEN OVER ASSOCIATIES BIJ TECHNIEK?

Check www.ptvt.nl/jongerenmonitor

De tips en hulpmiddelen zijn geclusterd in drie categorieën:

1. Doelgroep
2. Inhoud en tekst
3. Beeld



1.1 DOELGROEP - HOE SPREEK JE JONGEREN AAN?

Hoe zorg je dat jouw opleiding of onderwijsinstelling opvalt binnen de enorme informatiestroom waar jongeren dagelijks aan worden blootgesteld?

ZET BEELD CENTRAAL

Een aantrekkelijk beeld is essentieel om de aandacht te grijpen. Pas wanneer jongeren geïnspireerd zijn of geraakt worden, nemen ze ook de tijd om verdiepende informatie te lezen. De vuistregel: Gebruik in het eerste contact altijd meer beeld dan tekst. Investeer daarom in goede beelden.

SPEEL IN OP EMOTIES

Emoties zijn de toegang tot het jonge brein. Probeer daarom met je communicatie emoties te raken: bouw spanning op, gebruik humor en beeld. Kies in voorlichtingsactiviteiten zo veel mogelijk voor het bieden van een ervaring; juist daarmee heb je de meeste invloed op beeldvorming en keuzegedrag.

HELP JONGEREN MET ZELFINZICHT

Speel een actieve rol in het oriëntatie- en keuzeproses van de jongeren. Jongeren vinden het fijn als ze ondersteund worden bij het helder krijgen van hun kwaliteiten, drijfveren en wensen. Laat ze concrete activiteiten doen en reflecteer daar samen op. Richt je op hetgeen waar ze enthousiast over zijn en wat ze goed kunnen. Denk met ze mee over de te onderzoeken mogelijkheden.

BESCHRIJF BEROEPSBEELDEN ZO BEELDEND EN VERHALEND MOGELIJK

Jongeren hebben beperkte ideeën over de beroepspraktijk. Besef dat functiebenamingen nietszeggend zijn. Schets beroepsbeelden aan de hand van beelden en verhalen over de rol die iemand speelt. Sluit waar mogelijk aan op de leefwereld van jongeren. Bijvoorbeeld door:

- Een link te leggen met schoolvakken. Hoe komen de vakken die ze kennen terug in een beroep? Laat duidelijk zien hoe je de schoolvakken toepast op praktische vraagstukken ('Bij civiele techniek gebruik je wiskunde om...').
- In te spelen op actualiteit. Leg een koppeling met actuele verhalen over hightech toepassingen. Denk aan zelfrijdende auto's, big data, energietransitie et cetera.
- Gebruik te maken van de 7 werelden van techniek. Zo laat je de context van techniek zien en interesseer je een brede groep jongeren. Meer weten? Kijk op www.ptvt.nl/7werelden.

VERMIJD JARGON

Jongens en meiden zijn (nog) niet thuis in het vakjargon dat bij een opleiding of functie hoort. Gebruik jip- en-janneketaal voor duidelijkheid en toegankelijkheid voor iedereen.



1.2 DOELGROEP – WIE SPREEK JE AAN?

Jongeren verschillen sterk van elkaar. Hoe kun je in communicatie rekening houden met deze verschillen?

SPEEL IN OP DE DIVERSE DRIJFVEREN VAN JONGEREN

Jongeren verschillen sterk in de mate waarin ze techniek zien als 'iets voor zichzelf'. In hoeverre ze dit ervaren is afhankelijk van de mate waarin de wereld van techniek volgens hen aansluit bij hun persoonlijke drijfveren. Aandacht voor verschillende drijfveren in de communicatie naar jongeren is daarom essentieel. Alle jongeren zijn te interesseren in een technische opleiding, als je inspeelt op hun verschillende drijfveren. Zie in hoofdstuk 2 het Bèta&TechMentality-model.

RICHT JE OP JONGENS ÉN MEIDEN

Toon zowel de 'harde' als 'zachte' kanten binnen technische beroepen: onderzoeken, overleggen, ontwerpen en maken. Zo voorkom je dat jongeren een functie als meer 'mannelijk' (vaker geassocieerd met bijvoorbeeld het maken) of 'vrouwelijk' interpreteren (vaker geassocieerd met bijvoorbeeld het overleggen).

HOUD REKENING MET VERSCHILLEN IN CULTURELE ACHTERGROND

Maak een toekomst in de techniek tot een aantrekkelijke keuzeoptie voor iedereen. Geef expliciet aandacht aan baanzekerheid, carrière-mogelijkheden én een multiculturele werkomgeving. Dit associëren jongeren met een migrantenachtergrond nu in mindere mate met werken in de techniek.

CHECK BIJ JE DOELGROEP

Twijfel je of jouw communicatie-uitingen écht goed aansluiten bij de jonge doelgroep? Vraag dan eerst een paar jongeren om op de concepten te reageren. Hun reacties kunnen je helpen de uitingen te optimaliseren en zo voorkom je missers.



2.1 INHOUD & TEKST – VERSCHILLENDE DRIJFVEREN

Op welke drijfveren van jongeren voor een toekomst in de techniek wil je inspelen? Welke doelgroep wil je hiermee aanspreken? Juist door hier bewust in te kiezen, breng je focus aan in communicatie en kom je tot een concrete, aantrekkelijke boodschap.

HET BÈTA&TECHMENTALITY-MODEL

Het Bèta&TechMentality-model onderscheidt vijf type jongeren. Vijf types die anders scoren op drijfveren en trickers. Bijvoorbeeld zelfvertrouwen in bèta en techniek, interesse in nieuwe technologie en maatschappelijke betrokkenheid. Jongeren met zelfvertrouwen en positieve beelden van techniek kiezen vaak al voor een technische uitdaging. Je spreekt nieuwe doelgroepen aan door jongeren te laten ervaren dat techniek te leren is en een belangrijke rol speelt in maatschappelijke vooruitgang.

KIES JE VOOR EEN FOCUS OP ZELFVERTROUWEN TEN AANZIEN VAN TECHNIEK?

Stimuleer jongeren om in kleine stapjes te leren en zelf te ervaren dat ze exacte vakken en techniek aankunnen.

- Laat ze kleine experimenten of proefjes doen, waarin ze snel resultaat zien van hun inspanningen
- Geef positieve feedback en beloon vooruitgang

KIES JE VOOR EEN FOCUS OP MAATSCHAPPELIJKE VOORUITGANG?

Geef dan antwoord op de vraag: Wat kan ik betekenen met techniek? Besteed aandacht aan:

- De verbetering van de kwaliteit van leven met techniek
- De vertaalslag naar de gebruiker en de toepassing van techniek
- De rol van techniek bij het tegengaan van klimaatverandering

KIES JE VOOR EEN FOCUS OP CARRIÈREMOGELIJKHEDEN, STATUS EN BELONING?

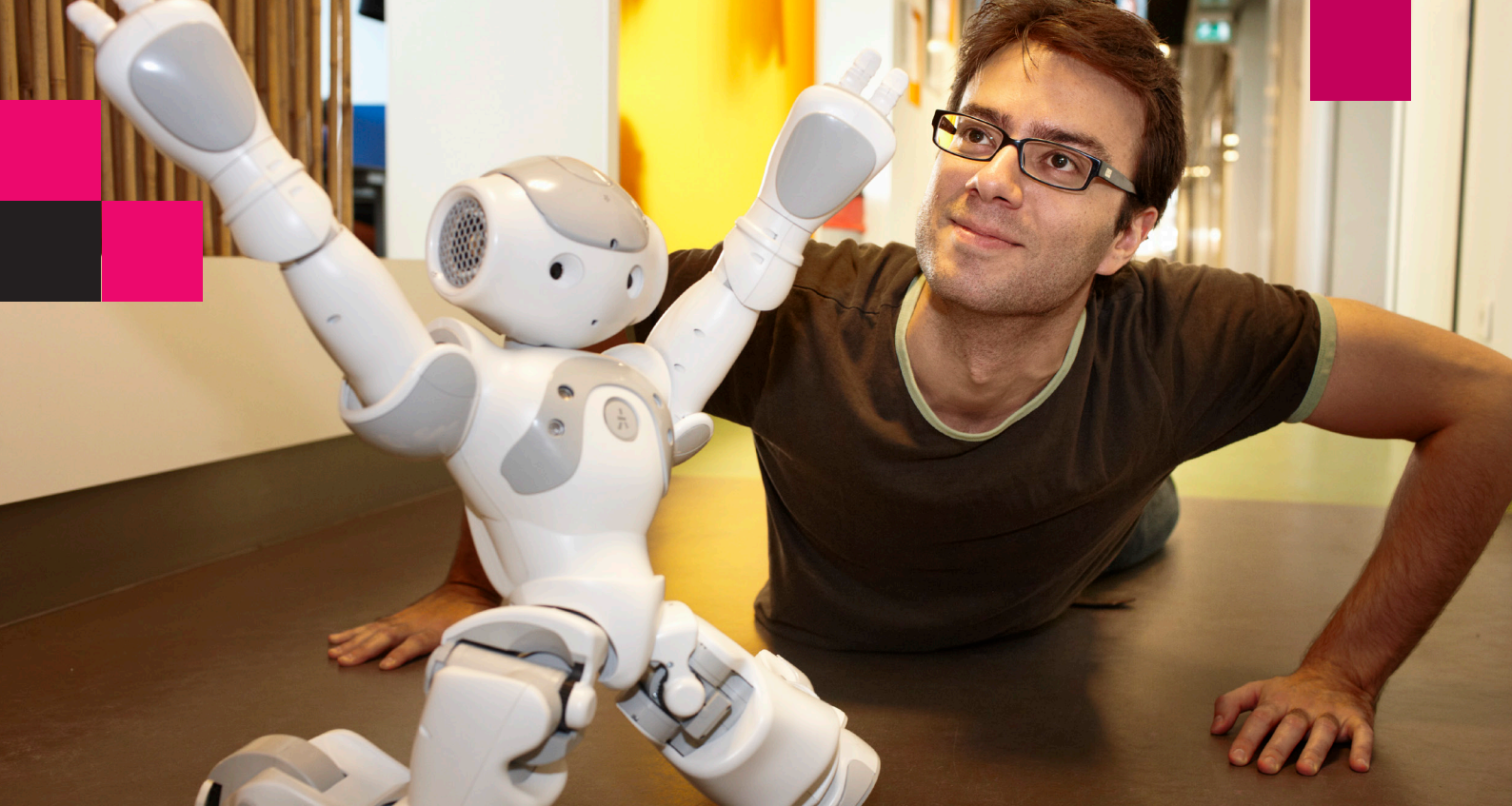
Geef dan antwoord op de vraag: Wat kan ik bereiken?

Besteed aandacht aan:

- Doorgroeimogelijkheden, baankansen en ruimte voor ondernemerschap
- Het bedrijfsleven, commerciële toepassingen, grote imponerende merken of succesvolle startups

Wil je meer weten over de verschillende drijfveren van jongeren ten aanzien van techniek?

Ga naar www.ptvt.nl/betatechmentality



2.2 INHOUD & TEKST – EEN UITNODIGEND VERHAAL

Onderwijsinstellingen willen dat jongens en meiden met verschillende achtergronden en opleidingsniveaus een toekomst in de techniek overwegen en zich welkom voelen. Hoe realiseer je dat?

LAAT DIVERSE ROLMODELLEN AAN HET WOORD

Met name meiden én jongeren met een migrantenachtergrond missen nu zichtbare rolmodellen in de techniek. Belicht daarom ook de verhalen van vrouwelijke technici en/of technici met een migrantenachtergrond.

Voor identificatie is het belangrijk dat jongeren zich psychologisch verwant voelen met een rolmodel. Streef daarom bij de selectie van rolmodellen ook naar diversiteit in karaktereigenschappen. Interview bijvoorbeeld technici die heel doelgericht of precies zijn én geef ook een podium aan meer creatieve of mensgerichte mensen.

GEbruik (GENDER- EN CULTUUR)NEUTRALE WOORDEN

Jongeren hebben vaak genderstereotype denkbeelden ten aanzien van technisch werk. Gebruik daarom als je over een technicus schrijft bijvoorbeeld de termen professional, vakmensen, of plaats (m/v) achter vakman. Door in meervoud te schrijven, kun je het genderprobleem in taal vaak oplossen.

OMSCHRIJF STUDENTEN- OF BEROEPSPROFIELEN NIET IN EIGENSCHAPPEN, MAAR IN GEDRAG

Zeg bijvoorbeeld 'je zoekt graag naar de beste oplossing' in plaats van 'je bent oplossingsgericht'. Zo voorkom je dat jongeren al in hun oriëntatie onzeker worden over hun eigen kennis en vaardigheden en je wekt ook sneller de interesse van meiden.

BETREK EEN DIVERSE GROEP WERKNEMERS BIJ DE ONTWIKKELING VAN COMMUNICATIE-UITINGEN

Gebruik de ideeën van verschillende werknemers (man/vrouw, verschillende achtergronden en leeftijden) over de aantrekkelijke kanten van de branche en opleiding. Zo kom je tot een veelzijdig verhaal dat aantrekkelijk is voor een brede doelgroep.

KIES DE AFZENDER BEWUST

Jongeren zijn kritisch over testimonials door studenten in brochures en op websites van onderwijsinstellingen als deze te reclamistisch zijn geschreven. In voorlichtingsactiviteiten werkt het juist goed om studenten hun eigen ervaringen te laten delen met studiekeizers.

Wil je meer weten over het belang van gelijkwaardigheid en diversiteit in het technisch onderwijs? Ga naar www.ptvt.nl/diversiteit



2.3 INHOUD & TEKST - DE JUISTE WOORDEN

Hoe we ons verhaal over een toekomst in de techniek formuleren heeft grote invloed op hoe het overkomt op jongeren. Jouw woorden hebben invloed. Kies ze daarom heel bewust.

VERTEL ALLEEN WAT TECHNIEK WÉL IS EN NIET WAT HET NIÉT IS

Jongeren komen ook in aanraking met negatieve boodschappen over techniek: het is voor nerds, te moeilijk, niets voor meisjes et cetera. Probeer deze boodschappen niet te ontkennen. Alles wat je aandacht geeft, groeit namelijk. Door te ontkennen slijt de negatieve boodschap dieper in. Zet daarom positieve boodschappen tegenover de negatieve: techniek is veelzijdig, biedt veel carrièremogelijkheden, technici zijn vakmensen, et cetera. Zo draag je bij aan een betere balans in de ideeën die jongeren hebben over techniek.

VERTEL CONCRETE VERHALEN OVER ECHTE MENSEN

Het is voor jongeren makkelijker om zich in te leven in echte verhalen van echte mensen. Voorbeelden en anekdotes brengen de positieve boodschappen over techniek tot leven. Een individueel (en incompleet) voorbeeld heeft meer overtuigingskracht dan een volledig, abstract voorbeeld.

VERTEL ZOWEL OVER INHOUD ALS TOEKOMSTPERSPECTIEF

Combineer verhalen over het werkperspectief (bijvoorbeeld 'techniek biedt een zekere toekomst en je kunt er goed in verdienen') met verhalen over de vakinhoud (bijvoorbeeld 'het werk is heel divers en je leert dagelijks veel van de vakmensen om je heen'). Beide invalshoeken zijn belangrijk voor jongeren en vormen samen een compleet verhaal over studeren en werken in de techniek.

Meer weten?

Wil je meer weten over het belang van de juiste woorden? Download het onderzoeksrapport 'Framing techniek' op www.ptvt.nl/framing



3.1 BEELD – EEN VEELZIJDIGE WERELD

Werken in de techniek is divers: zowel qua werkzaamheden, toepassingen en het type mensen waarmee je werkt. Jongeren hebben vaak een beperkte voorstelling van techniek en de mogelijkheden. Hoe kun je hun zicht verbreden met beeldgebruik?

HOUD REKENING MET DE DIVERSE DRIJVEREN VAN JONGEREN

Gebruik naast beelden die focussen op werken aan techniek (waarbij de focus ligt op het maken zelf, gereedschappen et cetera) ook beelden die focussen op werken in de techniek (zoals de werkomgeving, of breder: het carrièrepad) en denk aan beelden met een focus op de toepassing van techniek: waarin de betekenis van techniek voor mens en maatschappij terugkomt.

TOON BEELDEN MET DIVERSITEIT

Geeft het gekozen beeld een veelzijdig beeld van onder andere afkomst, geslacht en leeftijd binnen de opleiding en/of branche? Geef ook voorbeelden waarbij de jongere persoon een leidinggevende functie heeft en een vrouw is.

KIES!

Kies liever voor één pakkend beeld dat een deel van het verhaal goed weergeeft, dan voor een onduidelijker beeld dat zoveel mogelijk vertelt.

Meer weten?

meer inspiratie en een database vol rechtevrije en kwalitatief hoogstaande foto's vind je op www.technikbeeldbank.nu.

Maak hier gratis gebruik van!



3.2 BEELD – AANTREKKELIJKE BEELDEN

Succesvolle jongerencommunicatie maakt gebruik van de aantrekkingskracht van beeld. Maar wat maakt een beeld aantrekkelijk voor jongeren?

TOON MENSEN MÉT TECHNIEK

Kies voor beelden waarin interactie te zien is tussen de mens en techniek. Vertel hiermee een verhaal dat jongeren verleidt om zichzelf te verplaatsen in de afgebeelde situatie: “Hoe zou ik dit vinden?”.

BENUT DE INNOVATIEKRACHT EN IMPACT VAN DE SECTOR

Innovatie vindt plaats in de technische sector. Daar wil je onderdeel van zijn! Laat zien welke rol techniek speelt in het vormgeven van de wereld van morgen. Welke belangrijke rol heb je tegenwoordig als monteur in het ziekenhuis? Of hoe draagt de ontwikkeling van een nieuwe batterij bij aan de energietransitie?

Wil je meer weten over effectief beeldgebruik?

Download dan het onderzoeksrapport ‘Beeldgebruik in de technische sector’:

www.ptvt.nl/krachtvanbeeld

KIES EEN BALANS TUSSEN HERKENNING & VERRASSING

Met een element van herkenning trek je de aandacht. Kies daarnaast ook een verrassende invalshoek.

Bijvoorbeeld met:

- Bekende techniek in een onbekende context, zoals robots in een ziekenhuis
- Een bekende context waarin de techniek niet meteen zichtbaar is, bijvoorbeeld bij een festival of een golfslagbad
- Professioneel beeld: een goede foto graaf weet met compositie en licht ook alledaagse situaties aantrekkelijk vast te leggen

BELICHT DE MENSELIJKE KANT VAN TECHNIEK

Toon het enthousiasme, de emotie en de goede sfeer op de werkvloer.

KIES VOOR BEELDEN DIE POSITIEVE BOODSCHAPPEN OVER TECHNIEK VERSTERKEN

Verbeeld waar mogelijk:

- Samenwerking
- Schone werkomgeving
- Moderne/hightech toepassingen van techniek
- Succes (zakelijk)
- De betekenis van technisch werk voor mens en maatschappij

CHECKLIST

Alle tips verwerkt? Doe hier de check!

DOELGROEP

- Zet beeld centraal
- Speel in op emoties
- Help jongeren met zelfinzicht
- Beschrijf beroepsbeelden zo beeldend en verhalend mogelijk
- Vermijd jargon
- Kies de afzender bewust
- Speel in op de diverse drijfveren van jongeren
- Richt je op jongens én meiden
- Houd rekening met verschillen in culturele achtergrond

INHOUD & TEKST

- Laat diverse rolmodellen aan het woord
- Gebruik (gender- en cultuur)neutrale woorden
- Omschrijf studenten- of beroepsprofielen niet in eigenschappen, maar in gedrag
- Betrek een diverse groep werknemers bij de ontwikkeling van communicatie-uitingen
- Vertel alleen wat techniek wél is en niet wat het niet is
- Vertel concrete verhalen over echte mensen
- Vertel zowel over inhoud als toekomstperspectief

BEELD

- Houd rekening met de diverse drijfveren van jongeren
- Toon beelden met diversiteit
- Kies!
- Toon mensen mét techniek
- Belicht de menselijke kant van techniek
- Benut de innovatiekracht en impact van de sector
- Kies een balans tussen herkenning & verrassing
- Kies voor beelden die positieve boodschappen over techniek versterken

INFORMATIE

Heb je vragen over het aanspreken van jongeren en wil je weten wat wij voor je kunnen betekenen?

Stuur een bericht naar hallo@wijzijnkatapult.nl.

Katapult is een netwerk van meer dan 300 samenwerkingsverbanden tussen onderwijs en bedrijfsleven en groeit continu. Doelstelling is om de samenwerking tussen onderwijs, bedrijfsleven en overheid te verbeteren. Met als doel het opleiden van jongeren met de juiste skills zodat zij kunnen instromen op de arbeidsmarkt. Dit gebeurt bijvoorbeeld door professionals uit het bedrijfsleven die lessen verzorgen. Of door studenten die tijdens hun opleiding onderzoek doen voor een MKB-bedrijf. Er participeren inmiddels 50.000 studenten, 10.000 bedrijven en 4.000 docenten in deze samenwerkingsverbanden, ook wel Centres of expertise, Centra voor innovatief vakmanschap en PPS in het beroepsonderwijs. Katapult is onderdeel van Platform Talent voor Technologie. Meer informatie: www.wijzijnkatapult.nl

Foto's: www.techniekbeeldbank.nu / oktober 2019