

Advies genderbewust communiceren

Recent is er steeds meer aandacht voor gender en voor genderbewuste communicatie. Ook in de sport komt gender vaker centraal te staan, onder meer met het project van Sport Vlaanderen 'Meer vrouwen in de sport' en de campagne 'Mijn hart klopt voor de sport'. Verschillende sportfederaties werkten recent campagnes en acties uit rond het thema gender (onder andere in het [basketbal](#), [voetbal](#), [wielrennen](#) en [judo](#)). Sommige sportfederaties gaan al aan de slag met genderbewuste communicatie. Zo ontwikkelde Golf Vlaanderen een [brochure](#) 'Gendervriendelijke communiceren'.

In dit advies geven we een antwoord op een aantal vragen over genderbewust communiceren in de sport. Dit advies kwam tot stand in samenwerking met [RoSa vzw](#).

Hoe kan je als sportorganisatie genderbewust communiceren?

Enkele uitgangspunten omtrent genderbewust communiceren:

- Het doel van genderbewust communiceren is om een bredere doelgroep te bereiken. Genderbewust communiceren betekent rekening houden met, maar niet blindstaren op verschillen tussen mannen en vrouwen, aandacht hebben voor gelijkwaardigheid en inzetten op het doorbreken van stereotypen en rolpatronen.
- Genderbewust communiceren gaat over taalgebruik, beeldgebruik en verbeelding (aan wie denken we als we het woord sporter of bestuurder gebruiken?). Het gaat ook om wie je wanneer, hoe en waarover aan het woord laat.
- Genderneutrale taal kan onbewust de mannelijke norm versterken. Wanneer we het bijvoorbeeld hebben over de nationale voetbalploeg denken we in eerste instantie wellicht aan de Rode Duivels en niet aan de Red Flames.
- Door te spreken over vrouwensport of damessport versterk je onbewust de mannelijke norm. Sport staat dan voor de mannencompetitie en vrouwensport voor de competitie voor vrouwen.

Enkele concrete tips:

Volgende vragen kunnen helpen om te bepalen of je wel of niet het gender vermeldt:

- o Is het relevant in de context? Werpt het gender van de personen waar je het over hebt een ander licht op de kwestie? Zo niet → genderneutrale taal
- o Verwijs je naar een specifieke groep of naar mensen in het algemeen? In het eerste geval kan gender relevant zijn. In het tweede niet → genderneutrale taal
- o Wil je expliciet inclusief zijn voor non-binaire mensen? → genderneutrale taal
- Taal is an sich ook gegenderd, bijvoorbeeld geneesheer, poetsvrouw, penningmeester, ... Gebruik alternatieven zoals arts, poetshulp, schatbewaarder, ...
- Door zinnen te herschrijven naar de je- of u-vorm kan je constructies zoals hij/zij/die of zijn/haar/hun vermijden.
- Bekijk het breder dan enkel man/vrouw (intersectionaliteit: hou in taal en beeldvorming rekening met seksuele oriëntatie, genderidentiteit (bv. non-binaire personen), etnisch-culturele achtergrond, beperking, ...).
- Pas formulieren aan: bv. ouder 1 en ouder 2 in plaats van vader en moeder. Gebruik het woord partner in plaats van echtgenoot/echtgenote.

- Stap af van de man(nenploeg) als norm.
- Vermijd vooroordelen, stereotypen en veralgemeningen, hoe onschuldig ze ook lijken.

Waarom als sportorganisatie genderbewust communiceren?

Als sportorganisatie wil je dat iedereen zich welkom voelt. Vaak staat dit ook zo neergeschreven in de visie, gedragscode en/of huishoudelijk reglement. Maar zeggen dat 'iedereen welkom is', betekent daarom nog niet dat iedereen zich ook daadwerkelijk welkom kan voelen. Onbewust kunnen we via taal en beeldvorming (groepen van) mensen uitsluiten of zich minder welkom doen voelen. Als je als holebikoppel op formulieren telkens het woord vader of moeder moet doorstrepen en aanpassen naar vader 1 en vader 2 of moeder 1 en moeder 2 dan kan dit ervoor zorgen dat je je minder welkom voelt. Door een simpele aanpassing van de formulieren naar ouder 1 en ouder 2 (of ouder/voogd 1 en ouder/voogd 2), waarbij het tweede vak optioneel in te vullen is, heet je als sportorganisatie alle ouders welkom.

Ook non-binaire personen, die zich niet helemaal thuis voelen binnen een mannelijke of vrouwelijke genderidentiteit, voelen zich vaak niet welkom in een sportorganisatie. Sport is vandaag immers meestal binair georganiseerd: je sluit aan bij het mannen- of vrouwenteam. Toch kan je als sportorganisatie inspanningen doen om non-binaire personen zich meer welkom te doen voelen. Zo kan je op het inschrijvingsformulier naast de opties M en V ook de optie X en/of de optie 'ik wil het niet zeggen' voorzien. Op die manier toon je dat ook non-binaire personen welkom zijn binnen je sportorganisatie. In een extra vraag en/of op basis van een gesprek kan je dan bepalen bij welk team deze persoon zal aansluiten. Je zorgt er op deze manier niet alleen voor dat meer mensen zich welkom voelen binnen je sportorganisatie maar je krijgt ook een beter zicht op je ledenbestand. Door in gesprek te gaan met deze personen kan je inspelen op hun noden en werken aan meer inclusie binnen je organisatie.

Heel vaak zijn het dergelijke kleine aanpassingen die een verschil kunnen maken en ervoor kunnen zorgen dat meer mensen zich welkom voelen binnen je sportorganisatie. Genderbewust communiceren kan dus een goede manier zijn om meer leden aan te trekken en de betrokkenheid te vergroten. Je toont op die manier dat je als sportorganisatie aandacht hebt voor inclusie, gelijkwaardigheid en respect. Opgelet: genderbewuste communicatie alleen is niet voldoende. Dit moet gekoppeld worden aan een sterk beleid rond grensoverschrijdend gedrag en een kordate reactie op discriminatie. Bekijk hiervoor de [toolkit grensoverschrijdend gedrag](#).

Hoe zorg je ervoor dat iedereen binnen de sportorganisatie genderbewust communiceert?

Vaak zijn mensen zich niet bewust dat taal en beeldvorming mensen kan uitsluiten of zich minder welkom kan doen voelen. Het is dus belangrijk om hier bewustwording rond te creëren. Dit doe je door als bestuur het goede voorbeeld te geven. Maak je nieuwe teksten en documenten op, zorg dan dit deze op een genderbewuste manier zijn opgemaakt. Voeg de intentie om genderbewust te communiceren ook toe aan het huishoudelijk reglement. Pas je bestaande documenten aan, let er dan op om dit op een genderbewuste manier te doen. Besef dat je wellicht niet alle bestaande documenten in één keer kan aanpassen maar doe dit stap per stap. Zie het als een leerproces en sta mensen ook toe om fouten te maken. De intentie om genderbewust te communiceren is belangrijker dan het onmiddellijk perfect te doen. Besef ook dat taal en de samenleving continu evolueert. Taal die vandaag gepast is, kan dit binnen enkele jaren misschien niet meer zijn. Hou hier rekening mee.

Om het werken aan inclusie en genderbewuste communicatie ook breder binnen je sportorganisatie te verspreiden kan je dit onder de aandacht brengen tijdens een infomoment. Moedig je leden aan om ook zelf aandacht te besteden aan genderbewuste communicatie en om stereotyperende uitspraken te vermijden. Roep ook op om steeds te reageren op discriminatie en dit te melden bij de aanspreekpersoon integriteit van je sportorganisatie.

Hoe ga je om met kritiek op genderbewuste communicatie?

Het zou kunnen dat je kritiek krijgt van enkele van je leden wanneer je besluit om op een genderbewuste manier te communiceren. Niet iedereen gaat even vlot om met verandering en sommige kunnen zich bedreigd voelen ('mogen we dan niets meer zeggen'). Probeer in dialoog te gaan en op een rustige manier uit te leggen dat je als sportorganisatie inclusief wil zijn en wil dat iedereen zich welkom kan voelen. Leg uit dat het meer welkom doen voelen van bepaalde groepen niet betekent dat anderen minder welkom zijn. Het gaat er juist om dat je zoveel mogelijk mensen welkom wil heten. Verwijs naar waarden zoals gelijkwaardigheid en inclusie die in de missie en/of visie van de sportorganisatie zijn neergeschreven en leg uit dat je dit wil doortrekken naar de communicatie. Wees als sportorganisatie overtuigd van de inclusieve waarden waar je voor staat. Wanneer dit bepaalde mensen niet zint, passen ze misschien niet binnen je sportorganisatie.

Indien je organisatie sportclubs ondersteunt, wat kan je doen om hen hierbij te helpen?

Lokale besturen en sportfederaties kunnen sportclubs ondersteunen in het inzetten op genderbewust communiceren. In de eerste plaats door zelf het goede voorbeeld te geven en in hun communicatie erop te letten dat deze genderbewust gebeurt. Hoe meer organisaties genderbewust communiceren, hoe meer het maatschappelijk ingeburgerd geraakt en hoe meer steun je als organisatie ervaart wanneer je inzet op genderbewuste communicatie. Daarnaast kunnen lokale besturen en sportfederaties tips delen en vormingen (bijvoorbeeld via [RoSa vzw](#)) aanbieden om sportclubs inhoudelijk te ondersteunen bij hoe ze op een genderbewuste manier kunnen communiceren. Door kant-en-klare templates te voorzien voor de sportclubs kunnen federaties en sportdiensten ervoor zorgen dat sportclubs op een laagdrempelige manier aan de slag kunnen met genderbewuste communicatie.