



Richtlijnen voor de netwerkvorming van en communicatie over Begeleid Leren

Voor de verdere verspreiding van Begeleid Leren is niet alleen van belang dat de deelnemers aan het RAAK Begeleid Leren-project zich hierin verdiepen. Minstens even belangrijk is het dat Begeleid Leren kan rekenen op voldoende draagvlak binnen en buiten de eigen organisatie. Dat geldt niet alleen voor professionals en het management, maar ook voor studenten/cliënten, het sociale netwerk, vrijwilligers en relevante andere organisaties.

Al deze groeperingen zijn in meerdere of mindere mate van belang om op een goede manier met Begeleid Leren aan de slag te gaan en om Begeleid Leren te implementeren/borgen. Om hen te informeren over Begeleid Leren, zal er over het thema gecommuniceerd moeten worden, want: onbekend, maakt onbemind.

Een hulpmiddel om de communicatie systematisch aan te pakken, is het maken van een communicatiematrix. In een dergelijke matrix staat aangegeven:

- Welke doelgroepen zijn van belang voor Begeleid Leren
- Hoe belangrijk zijn ze?
- Wat is hun huidige kennis, houding en gedrag t.a.v. Begeleid Leren
- Wat zou daarin moeten veranderen?
- Hoe is dat te bereiken?

Het invullen van een communicatiematrix gaat als volgt te werk:

1. Inventariseer alle doelgroepen die van belang zijn voor Begeleid Leren. Denk niet alleen aan interne doelgroepen, maar ook aan externe.

2a. Selecteer de zes belangrijkste doelgroepen en beschrijf het referentiekader van deze doelgroepen

2b. Probeer zo goed mogelijk een inschatting te maken van de huidige kennis (k), de houding (h) en het gedrag (g) van een doelgroep m.b.t. Begeleid Leren. Maak daarbij onderscheid tussen:

KENNIS

- k = - doelgroep heeft geen kennis van Begeleid Leren
- k = -/+ doelgroep heeft globale kennis
- k = + doelgroep heeft gedetailleerde kennis

HOUDING

- h = - doelgroep heeft negatieve houding t.a.v. Begeleid Leren
- h = -/+ doelgroep heeft neutrale houding
- h = + doelgroep heeft positieve houding

GEDRAG

- g = - doelgroep probeert Begeleid Leren te voorkomen
- g = -/+ doelgroep gedraagt zich neutraal t.a.v. Begeleid Leren
- g = + doelgroep werkt actief mee aan Begeleid Leren

3. Maak op dezelfde manier als bij 2 een inschatting van de kennis (k), de houding (h) en het gedrag (g) die je bij een doelgroep wil bereiken m.b.t. Begeleid Leren. Vermeld dit in de communicatiematrix bij doelstelling.

4. Maak een opsomming van de onderwerpen (= boodschap) waarvan de verschillende doelgroepen:

* meer kennis zou moeten hebben, of

* een (meer) positieve houding zouden moeten hebben, of

* actief aan zouden moeten meewerken.

Denk bijvoorbeeld aan de volgende onderwerpen:

- a. Waarom Begeleid Leren?
- b. Wat is de doelstelling van Begeleid Leren?
- c. Wie zijn betrokken bij (onze) Begeleid Leren ?
- d. Hoe werkt Begeleid Leren?
- e. Hoe komt Begeleid Leren tot stand ?
- f. Wat levert Begeleid Leren op?
- g.verder aan te vullen

5. Doe dit voor elke doelgroep apart.

6. Geef in de matrix voor elke doelgroep aan welke middelen je kan toepassen om de gestelde communicatiedoelen te bereiken.

Denk bijvoorbeeld aan:

- schriftelijke middelen
- mondelinge middelen
- audiovisuele middelen

(zie bijlagen)

7. Voor de uitvoering van de communicatieactiviteiten over Begeleid Leren is ook van belang om frequentie, timing en plaats vast te stellen.

- Wanneer?
- Hoe vaak?
- Waar?

8. Wie is de afzender van de boodschap?

- leidinggevende
- professional

9. Welke feedbackmogelijkheden zijn er voor de ontvanger(s) van de boodschap.

Met deze systematische aanpak kan je de eigen communicatie goed in de hand houden.

Referentiekader van de 6 belangrijkste doelgroepen

Doelgroep	Omschrijving referentiekader + huidige kennis, houding & gedrag
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	

Communicatiematrix

(de juiste middelen op het juiste moment voor de juiste doelgroep)

Doelgroep	
Doelstelling (gewenste kennis, houding & gedrag)	
Boodschap	
Communicatie- middelen	
Frequentie + Timing (wanneer) + Waar	
Afzender	
Feedback- mogelijkheden	

Het doel en de inzet van mondelinge middelen

Het juiste middel per doelgroep

Middel/kanaal	Informereren	Houding veranderen	Gedrag veranderen
Werkoverleg		X	X
Presentatie	X	X	
Massale bijeenkomst	X	X	
Spreekuur		X	X
Face-to-face contact		X	X
Vergadering		X	X
Helpdesk		X	X
Road show		X	
Cursus/training			X
Cafetaria talk		X	
Workshop			X

Het doel en de inzet van schriftelijke middelen

Het juiste middel per doelgroep

Middel/kanaal	Informereren	Houding veranderen	Gedrag veranderen
Memo's	X	X	
Bulletin/nieuwsbrief	X	X	
Brief	X	X	
Personeelsblad	X	X	
Brochure	X	X	
(Muur)krant	X		
Rapport	X		
Handleiding	X		
Verslagen	X		
E-mails	X		

Het doel en de inzet van audiovisuele middelen

Het juiste middel per doelgroep

Middel/kanaal	Informereren	Houding veranderen	Gedrag veranderen
Telefonisch spreekuur		X	X
DVD	X	X	
Film	X	X	
TV-journaal	X	X	
Facebook	X	X	
Twitter	X	X	
LinkedIn groep	X	X	
Intranet	X	X	