

# 7 PIJLERS VOOR INCLUSIEVE WETENSCHAPS-PROMOTIE

## Lessen uit de Brusselse praktijk

Science Promotion Network Meeting – 17/12/2024 – iMAL



### INLEIDING

De recentste bijeenkomst van het Brussels netwerk voor wetenschaps-promotie stond in het teken van de toekomstplannen voor STEAM in Brussel. Bijzondere aandacht ging daarbij naar het belang van het bereiken van álle Brusselaars. De toegang tot wetenschappelijke kennis en vaardigheden verkleint immers de kenniskloof, opent deuren naar studies en carrières die sterk in trek zijn op de arbeidsmarkt en versterkt de kritische denkvaardigheden waardoor burgers actiever kunnen deelnemen aan het maatschappelijk debat. Ook de wetenschap zelf heeft op haar beurt baat bij de confrontatie met nieuwe perspectieven en ideeën vanuit diverse doelgroepen.

In het Brusselse werkveld bestaat er al heel wat ervaring met strategieën om diverse en achtergestelde groepen te bereiken via wetenschapspromotie. Die kennis zit nog te vaak verspreid over de

verschillende actoren en projecten. Sommige strategieën worden vandaag al veelvuldig gebruikt, andere zijn minder bekend of zichtbaar.

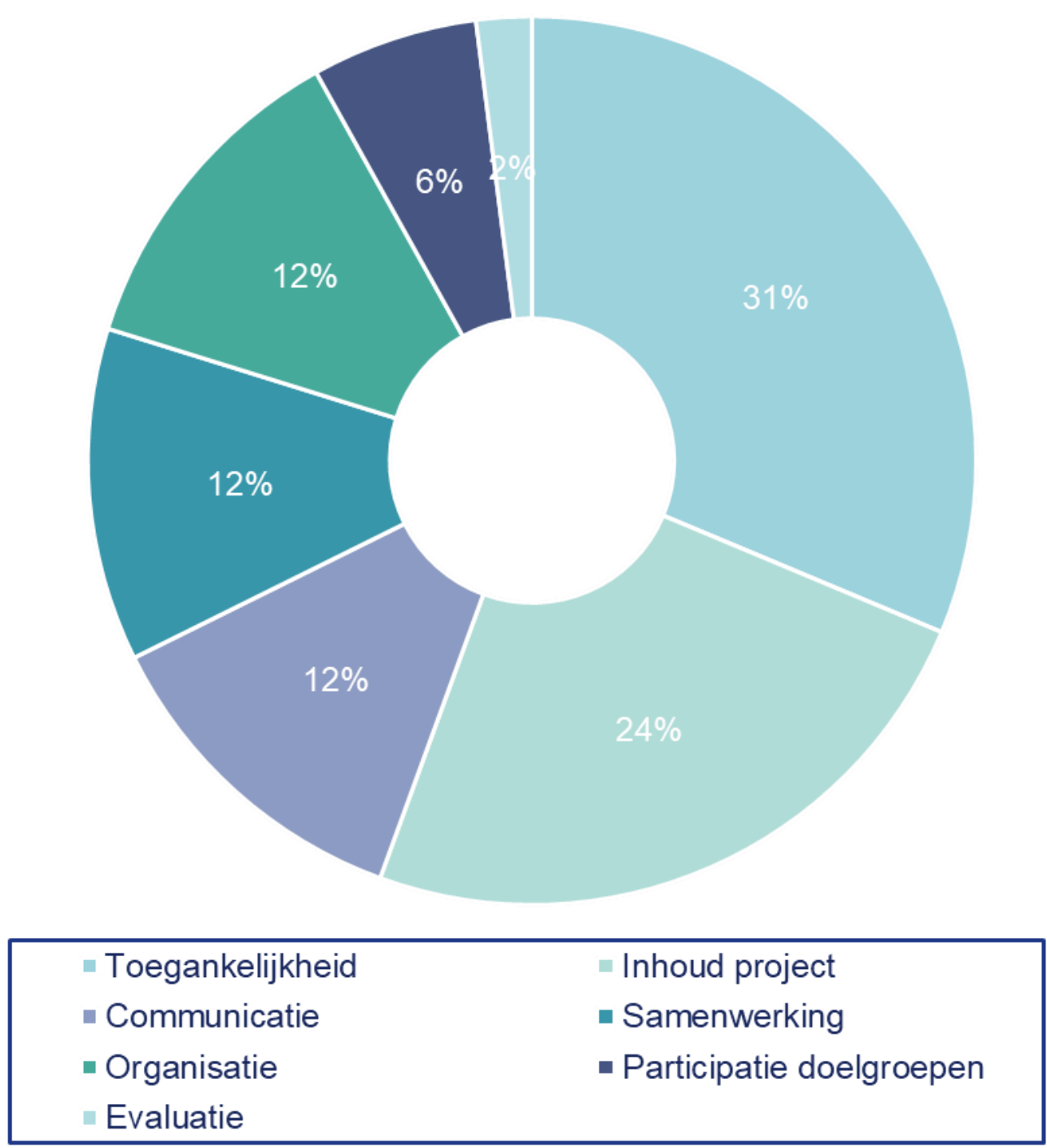
Ter voorbereiding van de recentste netwerkmeeting, bundelden we deze individuele strategieën in een handige checklist dat als leidraad kan dienen voor toekomstige activiteiten. Dit laat ons ook toe te signaleren welke aspecten vandaag in Brussel nog extra aandacht verdienen.

### METHODE

We baseerden ons voor deze oefening op de strategieën die werden vermeld door Brusselse actoren in 20 positief geëvalueerde projectaanvragen voor wetenschapspromotie-evenementen in 2024. In de aanvragen konden 49 strategieën worden geïdentificeerd, die we onderbrachten in 7 categorieën.

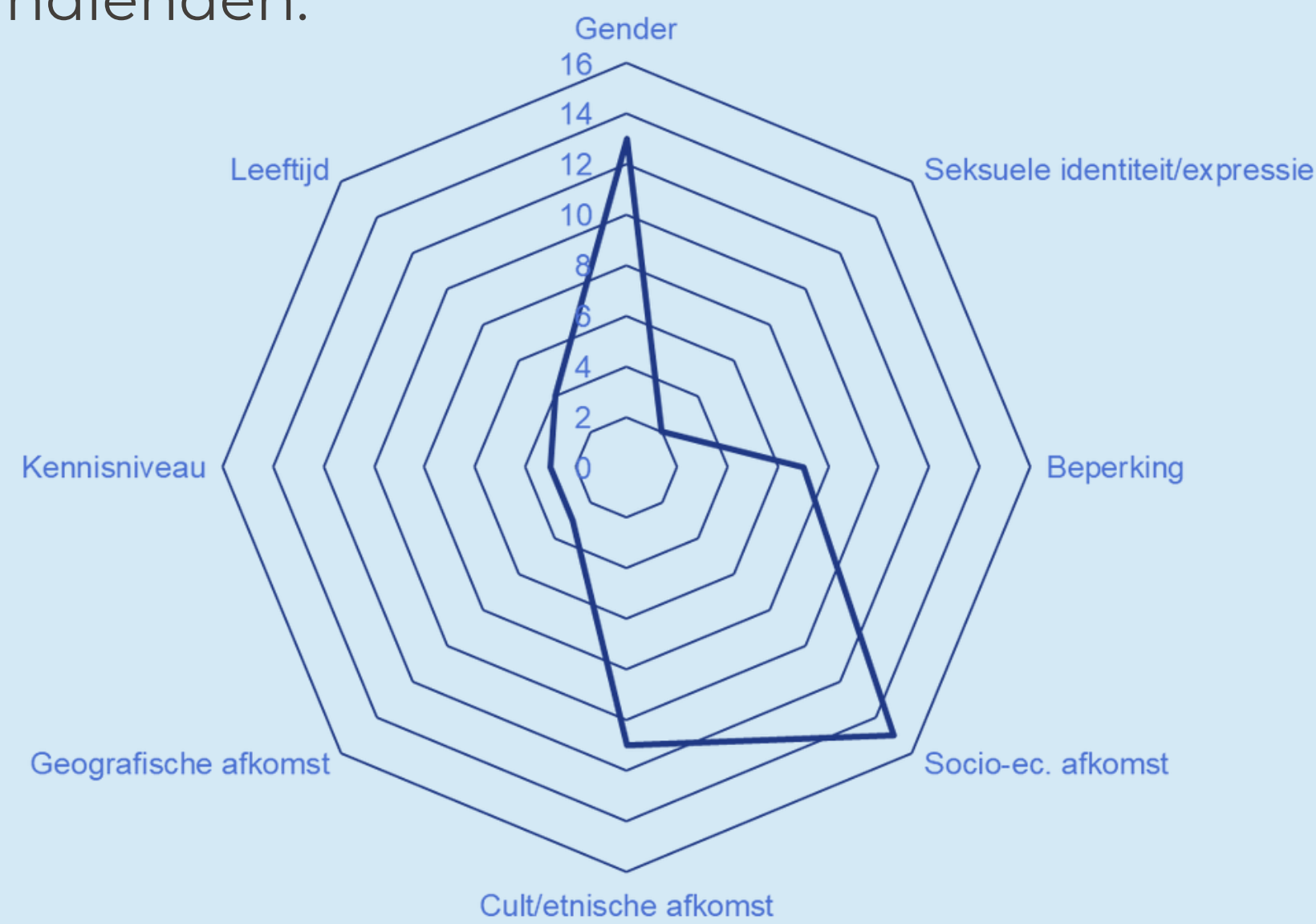
### 7 PIJLERS

Onderstaand taartdiagram toont de 7 pijlers van inclusieve wetenschaps-promotie die we aantreffen in onze projecten. Het is duidelijk dat niet elke pijler even sterk vertegenwoordigd is. 55% van alle genoemde strategieën concentreert zich op de inclusieve inhoud en toegankelijkheid van de evenementen, en dan voornamelijk de sociale en financiële toegankelijkheid ervan. Andere belangrijke pijlers, zoals het monitoren van inclusie, worden in de onderzochte projecten vandaag minder toegepast.



### DOELGROEPEN

We stelden ons ook de vraag tot welke doelgroepen de strategieën van de Brusselse sensibiliseringsactoren zich richten. Inclusie wordt voornamelijk bedacht in termen van gender, socio-economische en culturele of etnische achtergrond in de geanalyseerde projecten. Veel minder projecten vermelden strategieën gericht op het bereiken van personen met een beperking. Hoewel er projecten zijn die expliciet aandacht hebben voor de diversiteit in leeftijd, kennisniveau of geografische afkomst, zijn deze dimensies mogelijk eerder impliciet dan expliciet aanwezig in het beleid van de organisaties die de projectaanvragen indienden.



### CHECKLIST

We gebruikten de vermelde strategieën en de 7 pijlers om een handige checklist voor inclusieve wetenschapspromotie op te stellen. Deze niet-exhaustieve checklist is gebaseerd op de geobserveerde praktijk in 20 onderzochte projecten. De checklist is m.a.w. een werkinstrument dat gaandeweg moet worden aangevuld. Organisatoren van sensibiliseringsactiviteiten kunnen de checklist gebruiken om de eigen activiteiten te evalueren en na te gaan welke aspecten ze verder kunnen uitwerken.

#### 1. TOEGANGELIJKHEID

- Financiële toegankelijkheid: Gratis, verlaagde toegangsprijzen of "Pay What You Can"-beleid
- Sociale toegankelijkheid: Iedereen wordt gelijkwaardig, open en geïnteresseerd benaderd, zodat iedereen volwaardig kan deelnemen
- Fysieke toegankelijkheid:
  - Aangepaste locaties/faciliteiten voor personen met een beperking (bv. rolstoelvriendelijk)
  - Aanwezigheid in de directe omgeving van achtergestelde groepen, in gedecentraliseerde locaties of sociaal meer perifere omgevingen
- Auditive/visuele toegankelijkheid: Aangepaste communicatiemiddelen voor mensen met een beperking of met leeruitdagingen. Gebruik van ondertiteling bij video's.
- Cognitieve toegankelijkheid:
  - Eenvoudig, duidelijk taalgebruik
  - Educatieve programma's afgestemd op verschillende kennisniveaus
  - Inhoudelijk veeleisende programmering toegankelijk gemaakt via bemiddeling
- Vorming personeel m.b.t. het verwelkomen en werken met personen met een fysieke, mentale of andere beperking.

#### 2. INHOUD

- Diversiteit in het programma
  - Aanbod dat een divers publiek kan aanspreken, zonder de reproductie van stereotypen en vooroordelen
  - Aanbod afgestemd op de interesses van ondervertegenwoordigde groepen (leeftijd, gender, achtergrond, beperking etc.)
  - Thema's/activiteiten die toelaten om stereotypen in vraag te stellen/bespreekbaar te maken, diversiteit te benadrukken
- Positieve en diverse representaties
  - Balans bij uitgenodigde sprekers en experts, met aandacht voor o.m. gender en diverse achtergronden.
  - Aandacht voor (vrouwelijke) rolmodellen
  - Ruimte voor genderdiversiteit en -expressie

#### 3. COMMUNICATIE

- Inclusieve communicatie:
  - Aandacht voor (gender)inclusief taalgebruik
  - Stereotype kleuren vermijden
- Meertalige communicatie
- Gebruik van diverse communicatiekanalen
  - Gebruik van netwerken binnen specifieke gemeenschappen.
- Doelgroepgerichte promotie:
  - Actieve outreach naar ondervertegenwoordigde groepen
  - Speciale focus op bv. scholen met een laag socio-economisch profiel

#### 4. SAMENWERKING

- Lokale partnerschappen: Samenwerken met (lokale) scholen, NGO's en buurtorganisaties om sociale inclusie te bevorderen en barrières te verlagen.
- Community-gerichte aanpak: Aansluiting bij lokale behoeften via partners met expertise in gemeenschappen

#### 5. ORGANISATIE

- Algemeen beleid rond gender en inclusie: inzet voor gelijkheid, diversiteit en inclusie wordt bevestigd in kernverklaringen zoals de Visie en Missie, Waarden en/of Strategische doelstellingen van de organisatie.
- Inclusieve organisatiestructuur:
  - Diverse bestuursorganen op het vlak van o.m. gender en migratieachtergrond
  - Indien van toepassing, diverse jury samenstelling op het vlak van o.m. gender en migratieachtergrond
- Inclusieve organisatiecultuur:
  - Respectvolle en gastvrije omgeving voor alle identiteiten en herkomsten
  - Sensibilisering van team en partners rond kwesties van diversiteit en inclusie

#### 6. PARTICIPATIE

- Actieve betrokkenheid: Participatieve trajecten om een bredere interesse en deelname te stimuleren en ervoor te zorgen dat elke stem wordt gehoord en gevaloriseerd

#### 7. EVALUATIE

- Monitoren van inclusie: Gebruik van statistieken, zoals het bijhouden van geslacht en andere relevante gegevens



# 7 PILIERS POUR UNE PROMOTION INCLUSIVE DES SCIENCES

Leçons tirées de la pratique bruxelloise

Science Promotion Network Meeting – 17/12/2024 – iMAL



## INTRODUCTION

La réunion la plus récente du réseau bruxellois des acteurs de sensibilisation était consacrée aux plans futurs pour le STEAM à Bruxelles. Une attention particulière a été accordée à l'importance de toucher tous les Bruxellois. L'accès aux connaissances et aux compétences scientifiques réduit le déficit de connaissances, ouvre la voie à des études et à des carrières très demandées sur le marché du travail et renforce l'esprit critique, ce qui permet aux citoyens de participer plus activement au débat social. La science elle-même bénéficie à son tour également de la confrontation avec de nouvelles perspectives et idées émanant de publics divers.

Dans le terrain bruxellois, on dispose déjà d'une expérience considérable en matière de stratégies visant à atteindre des groupes divers et défavorisés par le biais de la promotion des sciences. Ces

connaissances restent encore trop souvent dispersées entre les différents acteurs et projets. Certaines stratégies sont largement utilisées aujourd'hui, tandis que d'autres sont moins connues ou visibles.

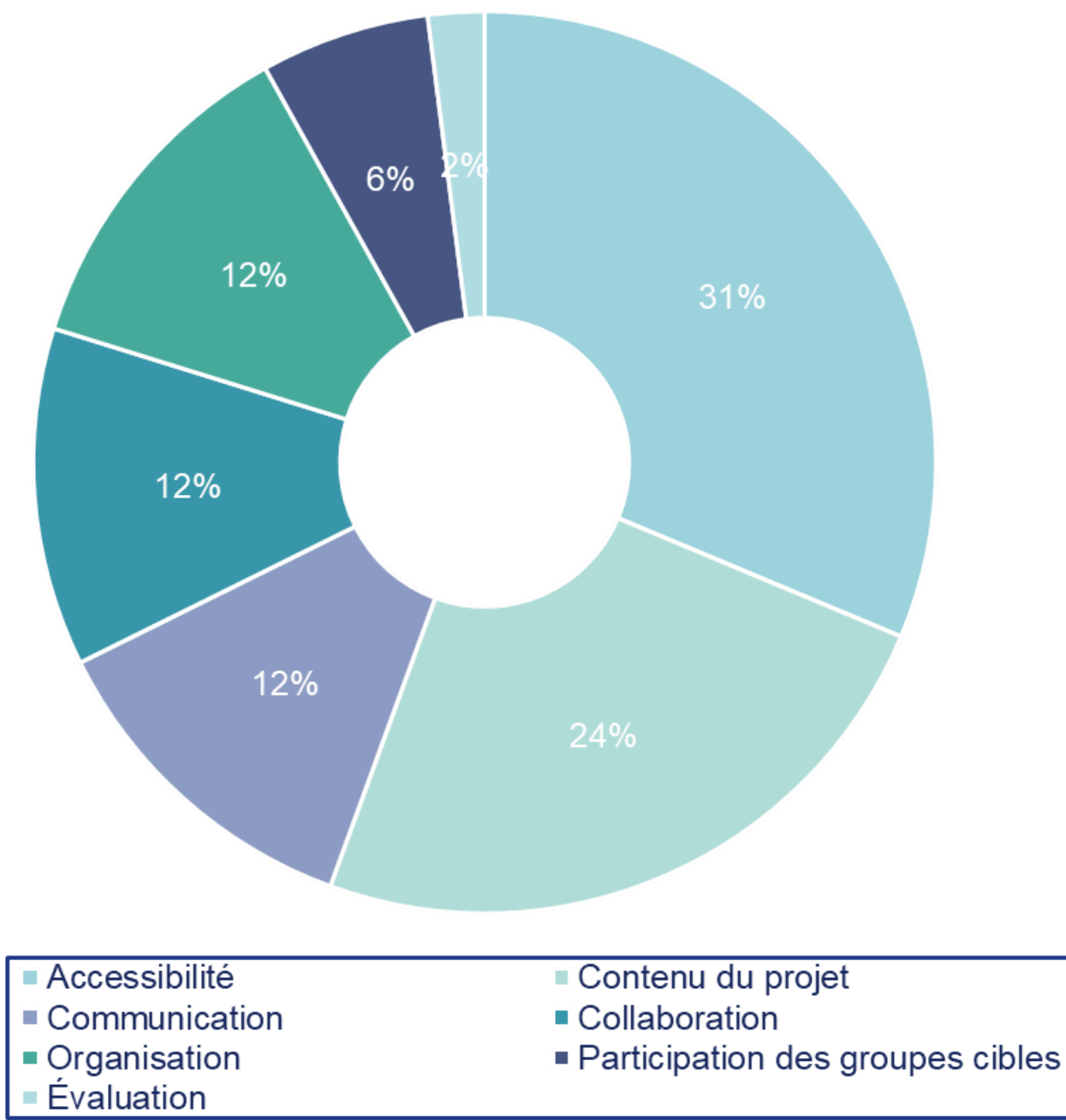
En préparation de la réunion récente du réseau, nous avons rassemblé ces stratégies individuelles dans une checklist pratique qui peut servir de guide pour les activités futures. Cela nous permet également d'identifier les aspects qui méritent encore une attention particulière à Bruxelles aujourd'hui.

## MÉTHODOLOGIE

Nous nous sommes basés pour cet exercice sur les stratégies mentionnées par les acteurs bruxellois dans 20 demandes d'événements de sensibilisation aux sciences positivement évaluées en 2024. Dans ces candidatures 49 stratégies ont pu être identifiées, que nous avons regroupées en 7 catégories.

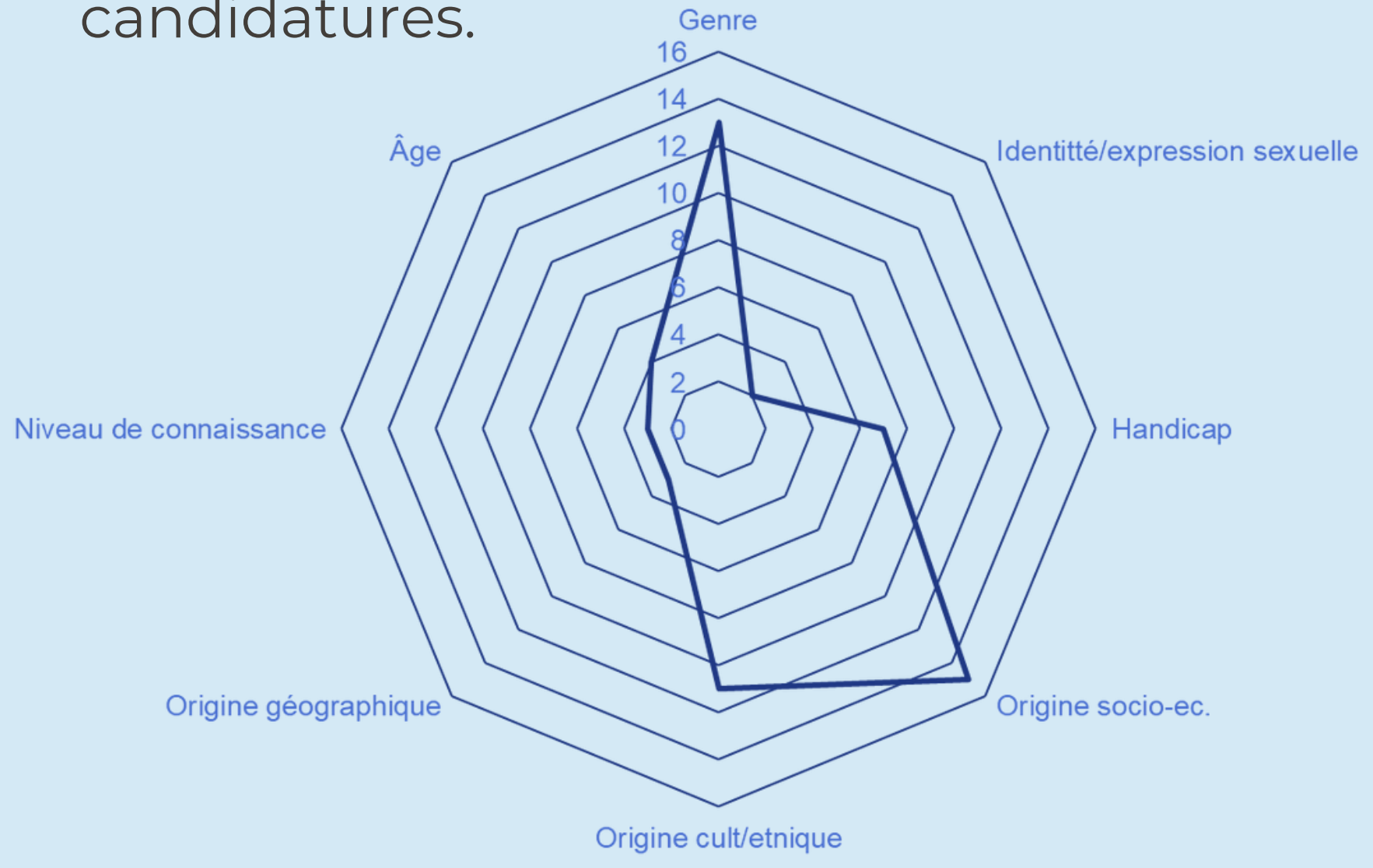
## 7 PILLIERS

Le diagramme circulaire ci-dessous présente les 7 piliers de la promotion des sciences inclusive identifiés dans nos projets. Il est clair que tous les piliers ne sont pas représentés de manière égale. 55% des stratégies mentionnées se concentrent sur le contenu inclusif et l'accessibilité des événements, principalement leur accessibilité sociale et financière. D'autres piliers importants, tels que le suivi de l'inclusion, sont aujourd'hui moins appliqués dans les projets étudiés.



## GROUPE CIBLES

Nous nous sommes également interrogés sur les publics cibles auxquels les stratégies des acteurs bruxellois de sensibilisation sont destinées. Dans les projets analysés, l'inclusion est principalement envisagée en termes de genre, de contexte socio-économique et d'origine culturelle ou ethnique. Beaucoup moins de projets mentionnent des stratégies visant à atteindre les personnes en situation de handicap. Bien qu'il existe des projets qui prêtent explicitement attention à la diversité en termes d'âge, de niveau de connaissance ou d'origine géographique, ces dimensions semblent être davantage présentes de manière implicite qu'explicite dans les politiques des organisations ayant soumis des candidatures.



## CHECKLIST

Nous avons utilisé les stratégies mentionnées et les 7 piliers pour élaborer une checklist pratique pour une promotion inclusive des sciences. Cette checklist non exhaustive est basée sur les pratiques observées dans les 20 projets analysés. Autrement dit, il s'agit d'un outil de travail qui doit être complété au fil du temps. Les organisateurs d'activités de sensibilisation peuvent s'appuyer sur cette checklist pour évaluer leurs propres actions et identifier les aspects à développer davantage.

### 1. ACCESSIBILITÉ

- Accessibilité financière : entrée gratuite ou à prix réduit ou politique "Pay What You Can"
- Accessibilité sociale : tout le monde est accueilli de manière égale, ouverte et intéressée, afin que chacun puisse participer pleinement aux activités
- Accessibilité physique :
  - Lieux/installations adaptés aux personnes en situation de handicap (par exemple, adaptés aux chaises roulantes)
  - Présence à proximité immédiate des groupes défavorisés, dans des lieux décentralisés ou des environnements socialement plus périphériques
- Accessibilité auditive/visuelle : moyens de communication adaptés aux personnes en situation de handicap ou aux personnes ayant des difficultés d'apprentissage. Utilisation de sous-titres dans les vidéos.
- Accessibilité cognitive :
  - Langage simple et clair
  - Programmes éducatifs adaptés aux différents niveaux de connaissance
  - Programmes exigeants en termes de contenu rendus accessibles par la médiation
- Formation du personnel à l'accueil et au travail avec des personnes en situation de handicaps physiques, mentaux ou autres.

### 2. CONTENU

- Diversité dans le programme
  - Une offre capable d'intéresser un public diversifié, sans reproduire les stéréotypes et les préjugés
  - Une offre adaptée aux intérêts des groupes sous-représentés (âge, sexe, origine, handicap, etc.)
  - Des thèmes/activités permettant de remettre en question/discuter les stéréotypes et de mettre en avant la diversité
- Représentations positives et diversifiées
  - Un équilibre parmi les intervenants et experts invités, avec une attention particulière au genre et aux origines diverses, entre autres.
  - Une attention portée aux modèles (féminins)
  - De l'espace pour la diversité et l'expression de genre

### 3. COMMUNICATION

- Communication inclusive :
  - Attention à l'utilisation d'un langage inclusif (notamment en termes de genre)
  - Éviter l'utilisation de couleurs stéréotypées
- Communication multilingue
  - Utilisation de divers canaux de communication
  - Utilisation de réseaux au sein de communautés spécifiques.
- Promotion ciblée :
  - Sensibilisation active des groupes sous-représentés
  - Attention particulière, par exemple, aux écoles à faible profil socio-économique

### 4. COLLABORATION

- Partenariats locaux : Travailler avec les écoles (locales), les ONG et les organisations communautaires pour promouvoir l'inclusion sociale et réduire les obstacles.
- Approche communautaire : répondre aux besoins locaux par l'intermédiaire de partenaires disposant d'une expertise au sein des communautés.

### 5. ORGANISATION

- Politique générale sur le genre et l'inclusion : l'engagement en faveur de l'égalité, de la diversité et de l'inclusion est affirmé dans des déclarations fondamentales telles que la vision et la mission, les valeurs et/ou les objectifs stratégiques de l'organisation.
- Structure organisationnelle inclusive :
  - Diversité au sein des organes de gouvernance, sur des aspects tels que le genre et l'origine
  - Le cas échéant, composition diversifiée des jurys, sur des aspects tels que le genre et l'origine
- Culture organisationnelle inclusive :
  - Un environnement respectueux et accueillant pour toutes les identités et origines
  - Sensibilisation de l'équipe et des partenaires aux enjeux de diversité et d'inclusion.

### 6. PARTICIPATION

- Engagement actif : des parcours participatifs pour encourager un plus grand intérêt et une participation élargie et pour faire en sorte que chaque voix soit entendue et valorisée.

### 7. ÉVALUATION

- Suivi de l'inclusion : utilisation de statistiques, telles que le suivi des données sur le genre et d'autres données pertinentes