

# INKLUZÍVNA KOMUNIKÁCIA



SLOVENSKÁ KATOLÍCKA  
**Charita**



## Čo je to inkluzívna komunikácia?

Inkluzívna komunikácia znamená využívanie písomného a vizuálneho prejavu nediskriminačným spôsobom.

Obrázky a slová sú zbavené akéhokoľvek odkazu na kultúrne stereotypy väčšinovej skupiny. Toto platí hlavne pri otázkach rozdielov v príjmoch, pohlaví, etnickom a kultúrnom pôvode a sexuálnej a náboženskej orientácii.



Môžeme teda povedať, že používanie úplne inkluzívneho komunikačného posolstva nám umožňuje osloviť široké publikum, ktoré prichádza do kontaktu s našimi iniciatívami a projektami, pretože ľudia priťahuje ústretový a rešpektujúci jazyk.

Inkluzívny jazyk neobsahuje slová, frázy alebo tóny, ktoré odrážajú škodlivé, stereotypné alebo diskriminačné názory na určité skupiny ľudí.

Inkluzívny jazyk sa pozerá na postihnutia, zraniteľnosť, ťažké podmienky a diverzitu ako na celok. Pomáha nám prekonať staré bariéry ktoré žiaľ prinášajú stigmatizujúce a skreslené obrazy, ktoré niekedy môžu hraničiť s urážkou.

Niektoré výrazy sa považujú za „vysoko stigmatizujúce“, ako napríklad: „chudobný“, „zraniteľný“, „imigranti“, „slabý“, „zdravotne postihnutý“, „invalidný“, „hendikepovaný“, „chromý“, „dialektik“, „autista“, pretože spôsobujú, že ľudská bytosť sa zhoduje s jedným z atribútov, ktorý ju charakterizuje, zatiaľ čo prítomnosť sociálneho alebo fyzického problému je len súčasťou života ľudí.

Inkluzívne ústny a písomný prejav je voľba založená na sociálnych, komunikačných a ľudských hodnotách

## Kedy môže aktivita, projekt alebo iniciatíva vo všeobecnosti byť definovaná ako inkluzívna?

Keď je prostredie, ktoré v rámci projektu vytvoríme vhodné pre participáciu každého jedinca tak, že sa rešpektuje jeho jedinečnosť. Je to prostredie, v ktorom sa každý cíti byť vítaný a uvoľnený. V tomto prípade takéto prostredie možno definovať ako inkluzívne.



Vo všeobecnosti je projekt definovaný ako inkluzívny vtedy, keď je schopný zvýšiť citlivosť komunity na konkrétny problém, pomáha rozširovať hodnoty a inšpiruje iných.

Ak dáme na vedomie že v procese tvorby produktu alebo služby sa hľadelo na všeobecné dobro všetkých zúčastnených, pritiahneme tak všeobecnú pozornosť a zvýšime tiež povedomie spoločnosti o ľuďoch, ktorí sa spolupodieľali na výrobe.



Treba uistiť verejnosť, že dobré veci, vyplývajúce z projektu sú pre každého, nie iba pre určitú kategóriu ľudí pomôže otvoriť iniciatívu pre celú komunitu.

Je veľmi dôležité, aby priestory venované projektu boli otvorené nielen tým „najnúdznejším“, ale všetkým občanom, pretože všetci potrebujeme zdravé a rešpektujúce vzťahy a to nielen z ekonomického a sociálneho, ale aj z environmentálneho hľadiska.

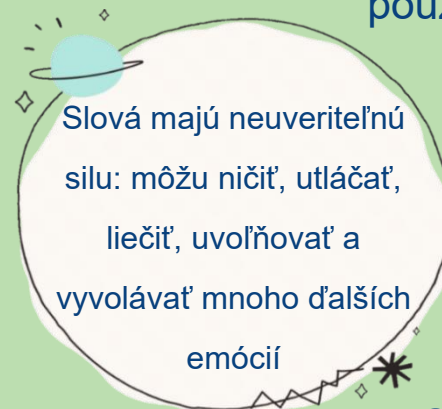
Základom všetkého je schopnosť nadviazať vzťah s každým a vytvoriť sieť pozitívnych vzťahov v rôznych úrovniach.

# Ako zlepšiť náš prejav tak, aby bol viac inkluzívny?



## 1. DÁVAJ POZOR NA SLOVÁ

Jazyk, ktorý používame, sa pohybuje v rámci emocionálneho spektra od aktívnej nenávisť až po hlbokú lásku. Ako ľudia pozorní k slovám a ich veľkolepej sile by sme sa mali postarať o to, aby sme ich vždy používali od srdca a úprimne.



Slová majú neuveriteľnú silu: môžu ničiť, utláčať, liečiť, uvoľňovať a vyvolávať mnoho ďalších emócií

*Napríklad: Som úplne sústredený na to, čo hovoríte, a pozorne počúvam každé slovo, ktoré povieť*

## 2. BUĎ EMPATICKÝ

Empatia znamená schopnosť porozumieť a zdieľať pocity druhého. Preukázaním empatie môžete na svojom pracovisku alebo v komunite podporiť kultúru súcitu a porozumenia.

*Príklad: Je mi ľúto, že prechádzate ťažkým obdobím. Ak budete potrebovať, rád vám pomôžem.*

Používaním súcitného tónu a uznaním jeho problému vytvárate pre svojho kolegu bezpečný a inkluzívny priestor, aby sa otvoril a vyhľadal podporu.

Inkluzívna komunikácia si vyžaduje nielen používanie vhodného jazyka, ale aj aktívne počúvanie a empatiu s ostatnými.

## 3. AJ ZMENA MALIČKOSTÍ V PREJAVE ZNAMENÁ VEĽA

Vždy oslovujte iba osobu a nie charakteristiku, ktorá ich kategorizuje. *Príklad: Namiesto toho, aby ste povedali: „Ahoj chlapci, začnime“, môžete povedať: „Ahoj všetci, začnime.“ Je to inkluzívnejšie, pretože oslovuje ľudí všetkých pohlaví a identít, a nie len predpokladať, že všetci v skupine sú muži.*

Na doplnenie reči používajte vizuálne pomôcky, ako sú snímky alebo písané poznámky. Vyhnite sa príliš rýchlemu rozprávaniu alebo zakrývaniu úst počas rozprávania. To môže sťažiť niekomu, kto sa spolieha na odčítanie z pier, aby pochopil, čo hovoríte.

Drobnými úpravami v prejave ukazujete, že si ceníte a rešpektujete rôznorodé potreby a schopnosti všetkých členov tímu.

## 4. NEMYSLI SI, ŽE KAŽDÝ KOMUNIKUJE ROVNAKO

Rovnako dôležité ako to, čo hovoríme, je aj spôsob komunikácie.

*Príklad: Veta „Na semafore je zelená“ je pre niekoho len náznak, pre iného dosť agresívna požiadavka.*

## 5. DÔVERA A VZÁJOMNÝ REŠPEKT

Ak ľuďom prejavujeme dôveru a rešpektujeme ich, ľudia sa cítia byť silnejší a majú odvahu byť takto viac sami sebou.

Výskum ukazuje, že podniky, ktoré sú postavené na dôvere, sú úspešnejšie.

*Príklad: Vážim si váš názor a návrhy a verím že sa rozhodnete najlepšie za svoj tím.*

## 6. VYTVORENIE POZITÍVNEHO A RADOSTNÉHO PROSTREDIA

Pozitívne a radostné prostredie môže mať obrovský vplyv, prispieva k tímovej kultúre, pomáha upevňovať zdravé vzťahy medzi rôznymi oddeleniami na pracovisku alebo medzi členmi sietí.

*Príklad: Oslavovanie úspechov, bez ohľadu na to, aké sú malé. Pri plánovaní teambuildingu si môžete vybrať inkluzívnu aktivitu, ktorá oslavuje rozmanitosť a povzbudzuje každého, aby sa zúčastnil.*

Môžete napríklad zorganizovať tzv. potluck (spoločné jedlo), kde každý prinesie jedlo, ktoré predstavuje jeho kultúrne dedičstvo. To nielen vytvára zábavnú a radostnú atmosféru, ale poskytuje aj príležitosť členom tímu dozvedieť sa viac o vzájomnom zázemí a tradíciách.



## Príklady inkluzívnej a diskriminujúcej kampane:

:



Druhá kampaň sa pohráva s myšlienkou, že Afroameričania sú špinaví a buď leniví alebo hlúpi (keďže sa neobťažujú umývať svoje deti), ale že osvetení, láskaví, čistotní bieli im môžu pomôcť.

- 1: Inkluzívne marketingové príklady: 15 stunning campaigns to inspire you in 2021 (impactplus.com)
- 2: Archívne reklamy označujú Afroameričanov ako špinavých: Sociological Images (thesocietypages.org))

## Vzorové príklady:

V sektore obchodného hospodárstva je dobré vykomunikovať nasledovné:

- Kvalita materiálu, ktorý má byť zrecykovaný
- Informácia o tom, že privádzame produkty, nábytok, oblečenia naspäť k životu
- Nábytok a dizajn predajného miesta
- Použitie motivačných, inšpirujúcich citátov na etické zainvolvovanie návštevníkov.

Takéto predajné miesta si užíva rôznorodé publikum, ktoré sa tam cíti byť vítané, cíti sa byť časťou väčšieho projektu.

Spomeňme si na príklady ako OXFAM, ktorý zo Spojeného kráľovstva následne expandoval do ďalších krajín alebo SHARE v Taliansku (posledné sa sústreďovalo najmä na sektor second-hand odevov). V oboch prípadoch bolo tiež dôležité spropagovať značku, logo, ktoré sprevádzalo produkty v predaji. OXFAM predáva aj online a to ešte viac diverzifikuje typ zákazníkov.



Všetko je navrhnuté tak, aby vytvorilo pozitívne a radostné prostredie s prívetivými a inšpirujúcimi slovami a farbami.

Talianske družstvo „Ambiente Solidale“, podobne ako mnohé iné, privádza do praxe súbor etických, inkluzívnych pravidiel aplikovaných na svojich zamestnancoch.

Ambiente Solidale sa v skutočnosti spolieha na pracovnú podporu mladých a menej mladých ľudí postihnutých silným sociálnym znevýhodnením, z ktorých mnohí nedokončili štúdium a najvyššia kvalifikácia siaha od maturitných vysvedčení na nižšej strednej škole až po prípady negramotnosti, či funkčné alebo digitálnej.

Niektorí ďalší pracovníci sú vo výkone trestu a sú čiastočne na slobode, iní stále čelia liečbe kvôli detoxikácii od užívania drog.



### **Používajte vizuálne pomôcky:**

Zahrňte vizuálne pomôcky ako obrázky, infografiku a videá na pokrytie komplexného konceptu a ľahko zrozumiteľného formátu. Takto bude vaša komunikácia prístupnejšia širšiemu publiku.

### **Používajte inkluzívny jazyk:**

Používajte jazyk, ktorý zahŕňa všetky identity a rody, a vyhýbajte sa jazyku, ktorý posilňuje stereotypy alebo vylúčenia. To môže pomôcť vytvoriť príjemnejšie a inkluzívnejšie prostredie pre všetky zainteresované strany.

Dodržiavaním týchto osvedčených postupov inkluzívnej komunikácie v obehovom hospodárstve môžete pomôcť vytvoriť prístupnejší a pútavejší dialóg, ktorý podporuje udržateľnejšiu budúcnosť pre všetkých.

### **Otázky na reflexiu:**

Ako môžem vykomunikovať to, že čo robím, je pre všetkých?

Používa jazyk mojej firmy výrazy, ktoré diskriminujú?

Obsahuje môj prejav skrývané predsudky, napríklad v mimike?

Na akých príjemcov sa zameriavam?

Vylučujem ľudí, ktorí by mohli byť pritiahnutí mojou témou, ale cítia sa byť odpudení slovami, ktoré som zvolil/zvolila?

Je prostredie môjho podniku/obchodu dostatočne teplé a prívetivé? Čo môžem urobiť pre zlepšenie?



---

*Táto publikácia je financovaná s podporou Európskej komisie v rámci programu Erasmus +. V publikácii sú použité príspevky partnerských organizácií projektu NICE.*

*Európska komisia ani iná osoba nie je zodpovedná za prípadné použitie informácií obsiahnutých v tejto publikácii ani za chyby, ktoré sa mohli vyskytnúť aj napriek pozornej príprave a kontrole. Táto publikácia nemusí nevyhnutne odzrkadľovať názor alebo stanovisko Európskej komisie.*

---

Šírenie je povolené za predpokladu uvedenia zdroja s výnimkou častí, v ktorých sa uvádza inak. Používanie a šírenie materiálu chráneného autorským právom tretích strán, ktorý je takto špecifikovaný, vyžaduje súhlas od držiteľa (držiteľov) autorských práv