

Storytelling Toolkit

THINK GLOBAL ACT LOCAL
DIVERSITY MANAGEMENT



Co-funded by
the European Union



Gefinancierd door de Europese Unie. De hier geuite ideeën en meningen komen echter uitsluitend voor rekening van de auteur(s) en geven niet noodzakelijkerwijs die van de Europese Unie of het Europese Uitvoerende Agentschap onderwijs en cultuur (EACEA) weer. Noch de Europese Unie, noch het EACEA kan ervoor aansprakelijk worden gesteld. Project 2022-1-BG01-KA220-VET-000089293

Voor meer informatie: www.thinkglobalactlocal.eu



Het is moeilijk om een open geest te hebben als je geen open hart hebt.

Je hoeft het niet eens te zijn met wat mensen denken als je wilt leren van hoe ze denken. Je hoeft hun identiteit niet te delen om nieuwsgierig te zijn naar hoe die gevormd is.

Mensen op een beleefde manier behandelen is een voorwaarde voor ontdekking.

Adam Grant

Psycholoog, professor, schrijver



● Hoofdstuk 1



Co-funded by
the European Union



Introduction

We beginnen deze storytelling-reis met de presentatie van het project 'Think Global, Act Local: Diversity & Inclusion Management in het MKB', waarin we de basisprincipes van deze toolkit uitleggen en een beknopte handleiding aanbieden voor het gebruik ervan.

Wat is het TGAL project?.....	08
Waarom is deze toolkit zo speciaal?	09
Hoe gebruik je deze toolkit?	13



Wat is het TGAL project?

Diversiteit en inclusie zijn belangrijke pluspunten waarop veel organisaties en bedrijven een beroep kunnen doen binnen hun personeelsbestand, maar dit kan alleen worden bereikt als de juiste managementstrategieën voor diversiteit en inclusie worden gebruikt. Voor werknemers in heel Europa kan het verkrijgen van inzicht in de diversiteit van hun organisaties leiden tot betere, productievere en creatievere werkplekken.

Think Global, Act Local: Diversiteits & Inclusie Management in het MKB (TGAL) is een Erasmus+-project dat tussen 2022 en 2024 wordt uitgevoerd met als doelen:

- Werkgevers ondersteunen bij het inventariseren van diversiteit in hun bedrijf en bij het ontwikkelen van strategieën voor diversiteitsmanagement.
- Verhaaltechnieken en andere narratieve benaderingen gebruiken om werknemers te betrekken bij diversiteitskwesties en hen een ruimte te bieden om zich te verbinden met de cultuur van hun werkplek, zodat ze zich opgenomen en gewaardeerd voelen.
- Professionals in beroepsonderwijs en -opleiding bijscholen zodat ze de volledige aanbod TGAL-middelen kunnen gebruiken en vertrouwen krijgen in het werken en lesgeven met verhalen vertellen.
- Bijdragen aan meer inclusieve Europese werkplekken voor diversiteit.



Waarom is deze toolkit zo speciaal?

Werkplekken worden steeds diverser. Zo ontstaan er evenveel kansen als uitdagingen omdat mensen voortdurend in interactie zijn met collega's, managers en klanten met verschillende achtergronden, ervaringen en identiteiten. De Think Global, Act Local Storytelling Toolkit is bedoeld om vaardigheden en competenties te ontwikkelen voor het gebruik van storytellingtechnieken om diversiteitsmanagement en culturele verandering binnen het MKB en andere bedrijven te verkennen. Het introduceert storytelling als een aanpak om diversiteitsmanagement te bevorderen, verkent geschikte storytellingtechnieken en -tools, en licht toe hoe men daarmee diversiteitsmanagement en cultuurverandering binnen bedrijven kan ondersteunen.

Maar waarom zou je bedrijf of organisatie tijd investeren in diversiteits- en inclusie management?

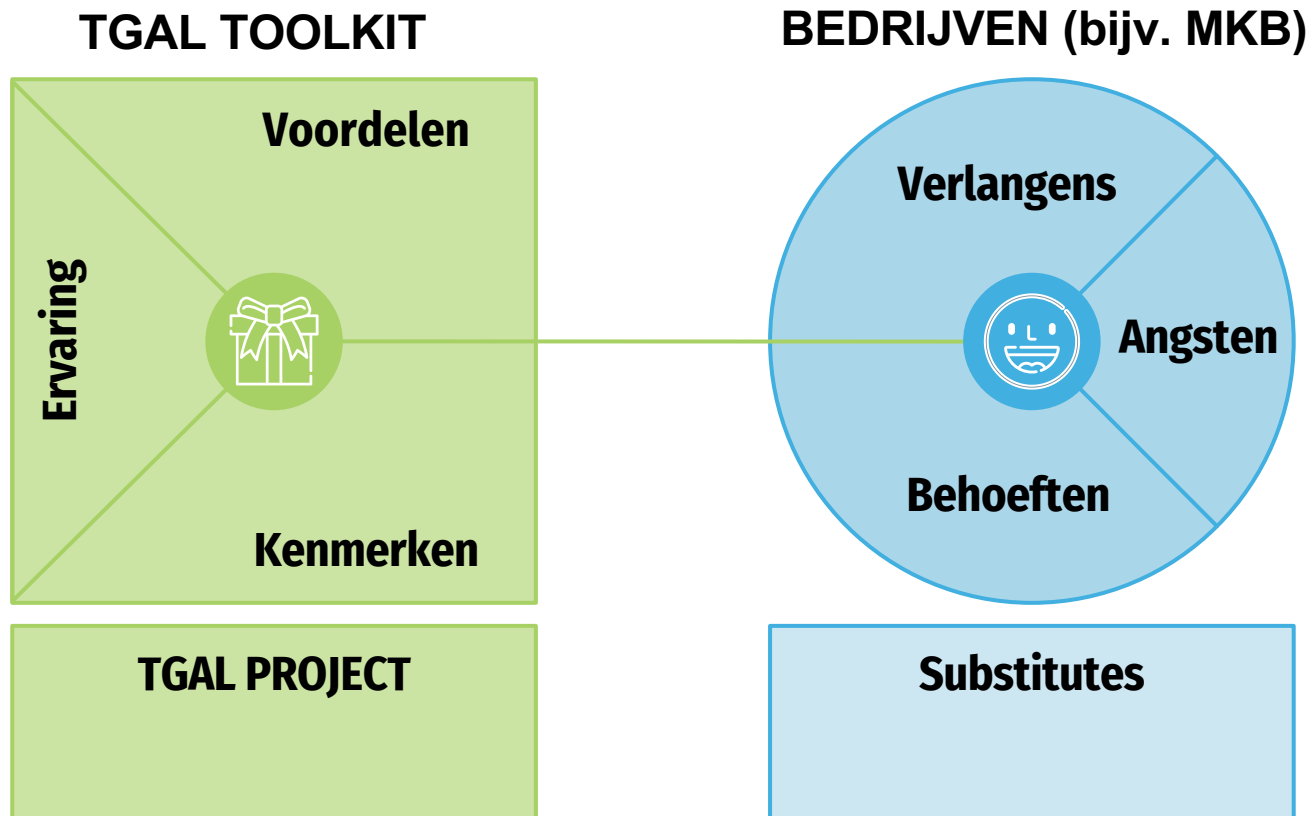
Het huidige personeelsbestand is divers en organisaties en bedrijven moeten op die realiteit inspelen. Door inclusief te zijn en open te staan voor verschillen, kunnen organisaties hun personeelsbestand succesvoller uitbreiden. Een geschoold personeelsbestand is de hoeksteen van innovatie voor bedrijven. Samen met diversiteitsmanagement kan dat leiden tot innovatief teamwerk, beter inspelen op de behoeften en verwachtingen van klanten, toegang tot nieuwe markten creëren, tot een beter aanpassingsvermogen en een positief merkimage leiden.

Bedrijven en organisaties willen een goede reputatie hebben bij hun klanten en de samenleving, maar er is nog steeds een aanzienlijke implementatiekloof tussen wat organisaties zeggen en wat ze doen. In deze "kloof" kan het TGAL-project een echte impact hebben en een duurzame bijdrage leveren.

Om het raakvlak te begrijpen tussen wat deze toolkit te bieden heeft en wat organisaties en bedrijven op dit niveau nodig hebben, hebben we gebrainstormd en betrokken partijen geraadpleegd over de formele stimulering en implementatie van D&I. Als resultaat hebben we een vergelijking gemaakt tussen wat bedrijven en organisaties nodig hebben (of niet weten dat ze nodig hebben) en de antwoorden die de TGAL Toolkit daarop kan geven.

We nodigen je uit om de positie van je organisatie of bedrijf aan de hand van deze zaken te toetsen zodat je kunt beoordelen in hoeverre de TGAL-toolkit je kan helpen.

WAARDEPROPOSITIE



Bedrijven / Organisaties

Onze verlangens

- Een goede reputatie, een veelzijdige strategie, maar ook 'normalisering' van diversiteit, niet alleen in uitstraling, maar ook met onbevooroordeelde personeelswerving en meer en oprechte belangstelling voor elkaar.

Onze behoeften

- Opnieuw definiëren wie we zijn en weten hoe we daar kunnen komen: open cultuur, oplossingen die meerdere scenario's aankunnen, eerlijk bestuur en duurzame consensus in het omgaan met D&I.

Onze angsten

- Verlies van zelfbewustzijn, medeleven, reputatie en saamhorigheid.

De TGAL Toolkit

- ✓ zal frustraties, onzekerheid, hulpeloosheid en irritatie helpen oplossen en je ondersteunen bij het verkrijgen van de essentie: authenticiteit in verbinding.
- ✓ biedt stap voor stap ("narratieve") hulpmiddelen om diepgang en begrip te creëren in menselijke relaties, zodat deelnemers een persoonlijke impact ervaren, een gevoel van verbondenheid krijgen en mogelijkheden zien om de collectieve ervaring te veranderen.
- ✓ is een krachtig '3-gangenmenu': zelfgestuurd leren, waarbij je van informatie naar quizen en reflectie gaat; face-2-face training, waarbij je wordt geleerd om technieken met succes toe te passen; en een storytelling toolkit, die je meerdere praktische how-to instructies geeft voor verschillende situaties.

Hoe gebruik je de toolkit?

De toolkit is onderverdeeld in vijf secties, elk gemarkeerd door een specifieke kleur. Er is geen specifieke volgorde voor het gebruik, maar zoals in een goed verhaal raden we je aan om bij het begin te beginnen, door hoofdstuk één te lezen, om vertrouwd te raken met de context en vervolgens te beslissen waarom, hoe en wanneer je van plan bent deze handleiding te gebruiken. Op elk moment kunt je de woordenlijst raadplegen om eventuele vragen over de gebruikte terminologie beantwoord te krijgen.

Als je genoeg vertrouwen hebt, kun je meteen naar deel drie gaan, hoewel we je aanraden om deel twee eerst te lezen, te herlezen en je aantekeningen te maken. In deel drie kun je de workshops zelfstandig gebruiken of bepaalde methodes uit de ene workshop toepassen en aanpassen aan een andere workshop. Geloof ons, de opties zijn legio en bieden een overvloed aan creatieve benaderingen.

Uiteindelijk willen we gewoon dat je de mogelijkheid hebt om opnieuw te beginnen als je je vast voelt zitten en/of als je de behoefte voelt om de omgeving waarin je werkt ten goede te veranderen. Kortom, onze wens is dat jullie allemaal goede verhalen delen en van die verhalen leren!



Hoofdstuk 1, waarin wordt uitgelegd in welke context deze toolkit is ontwikkeld en waarom en hoe je deze kunt gebruiken.

Hoofdstuk 2, met alle theorie achter storytelling en korte handleidingen over hoe je deze methodologie in werkcontexten kunt gebruiken om diversiteits- en inclusie management te bevorderen.

Hoofdstuk 3 presenteert negen praktische workshops die zijn ontwikkeld onder de negen pijlers van diversiteit en inclusie: leeftijd, cultuur, etniciteit, geslacht, neurodiversiteit, lichamelijke beperking, racisme, religie en spiritualiteit en sociaal (media).

Hoofdstuk 4, waarin de concepten worden geïntroduceerd die in de toolkit worden gebruikt, met in totaal 20 items met betrekking tot diversiteits- en inclusie management.

Hoofdstuk 5 sluit af met een formeel deel en vertelt wie er allemaal moeite hebben gedaan om deze toolkit voor jou samen te stellen.

Hoofdstuk drie bestaat uit negen workshops die zijn ontworpen om met teams aan de slag te gaan die hun diversiteits- en inclusie management willen verbeteren.

Alle workshops hebben een eenvoudige opzet, onderverdeeld in zes specifieke segmenten.

- 1. Casestudy met richtinggevende vragen:** de casestudy's variëren van voorbeelden van bedrijven die echt bezig zijn met het bevorderen van diversiteitsmanagement tot fictieve verhalen die context bieden bij problemen die je kunt gebruiken om je teams te betrekken. Deze worden allemaal ondersteund door een set van vijf beginvragen die je kunt gebruiken om te brainstormen over de onderwerpen, meningen te verzamelen, ideeën te delen, enz.
- 2. Workshop:** een praktische (interactieve) activiteit ontworpen in een stap-voor-stap formaat met als doel alle negen diversiteitspijlers te benaderen.
- 3. Didactisch advies:** korte richtlijnen voor een betere uitvoering van de praktische workshops.
- 4. Reflectie en (hulp)kaarten voor acties:** ondersteunende informatie om te gebruiken tijdens de debriefing, bedoeld om iedereen uit te dagen om in actie te komen voor zaken die op het spel staan.

5. Motivatie-materiaal: zoals video's, lectuur, hand-outs) die je kunt gebruiken tijdens de uitvoering van de workshops.

6. Referenties: vermelding van de referenties die werden gebruikt om elke workshop te ontwikkelen.



Mensen zullen meestal enthousiaster zijn als ze het gevoel hebben erbij te horen en zichzelf zien als onderdeel van een gemeenschap dan op een werkplek waar iedereen aan zijn lot wordt overgelaten.

*Alfie Kohn
Filosoof*



● Hoofdstuk 2



Co-funded by
the European Union



Nu ben je aangekomen bij het deel waar we je alles vertellen over storytelling en hoe wij het zien als een waardevolle en verrijkende pedagogische benadering om diversiteits- en inclusie management (D&I) te bevorderen. Hier zullen we specifiek alle theoretische aspecten uitleggen van het toepassen van storytelling/narratieve benaderingen in diversiteit en inclusie.

Storytelling en diversiteitsmanagement

Wat is storytelling en wat is het niet?	20
Hoe begin je gesprekken over D&I in je bedrijf?.....	25
Hoe je mensen verbindt voor een bepaald doel.....	28
Hoe je mensen uitnodigt om hun verhaal te vertellen.....	31
Hoe kun je verhalen vertellen aanmoedigen?.....	34



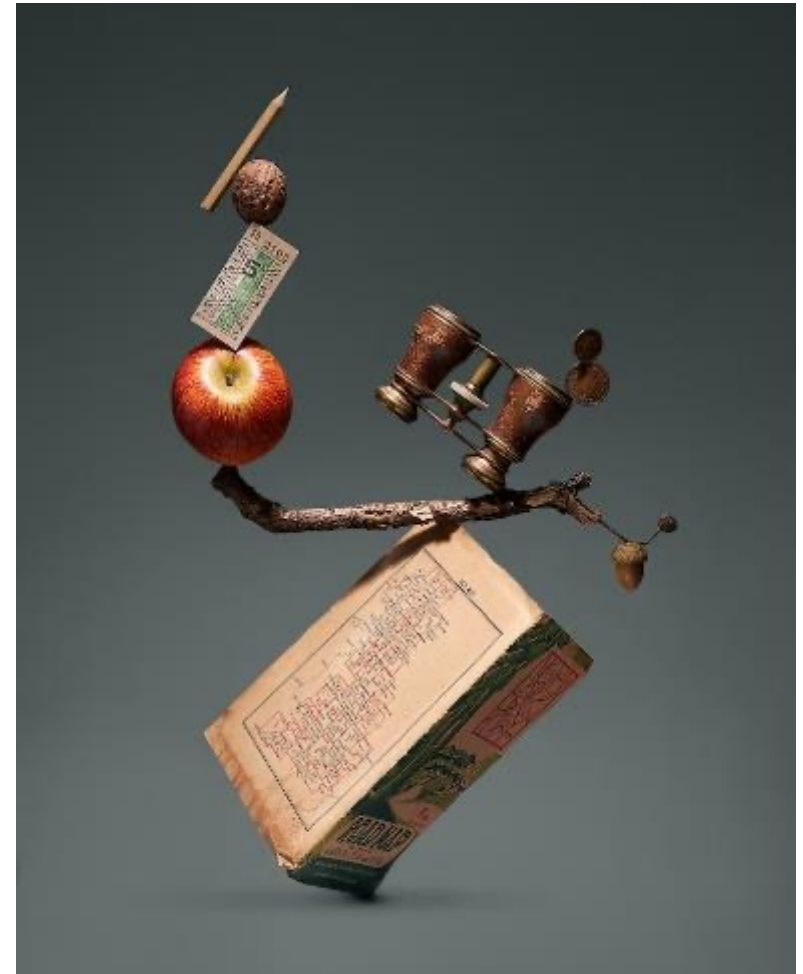
Wat is storytelling en wat niet?

Een verhaal is het vertellen van een belangrijke emotionele ervaring die betekenisvol is voor zowel de verteller als de luisteraar. Annette Simmons

Wat is 'een verhaal'?

Er wordt veel beweerd over verhalen, maar waar komen ze vandaan? Verhalen zijn een puur menselijk fenomeen. Het begint met hoe we de omgeving om ons heen ervaren: de natuur en haar verschijnselen, de dierenwereld, onze relatie met anderen - en hoe we die interpreteren en begrijpen. Dat zijn allemaal data, en alleen al het aantal (en hun impact) kan verwarrend zijn. Om dat onder de knie te krijgen hebben we structuur en organisatie nodig - denk aan hoe we de hemel met zijn onmetelijke aantal sterren ordenen aan de hand van sterrenbeelden. Denk aan hoe we de dieren- en plantenwereld, onze directe omgeving, groepen, gemeenschappen, organisaties en de maatschappij categoriseren, tot en met het 'wij en zij'-denken in alle mogelijke gradaties. We begonnen met tekeningen en maakten daarnaast waarschijnlijk gebruik van mimiek (mimesis) om te communiceren (denk aan het spel 'Charade'). Op een gegeven moment ontwikkelden we woorden en taal en waren we in staat om onze *gedachten* te verwoorden en uit te drukken.

Verhalen, voortgestuwd door taal, verrijkten ons leven door gedetailleerde indirecte kennis van het leven van anderen en zo te leren van ervaringen die niet de onze waren (Boyd, 2017). Vanuit onze aanleg voor spel ontwikkelden zich ook fictieve verhalen, een cognitieve speeltuin die het begrijpen van gebeurtenissen, geheugen en herinneringen, verbeelding en taal combineert (Boyd, 2009).



Het vermogen om verhalen te verzinnen, vooral verhalen die actoren als oorzaak van gebeurtenissen benadrukken, heeft geleid tot mythes en religie en andere vormen van verbinding en samenwerking binnen groepen. Het heeft ook onze waarneming beïnvloed en de manieren waarop we reageren (op of proberen invloed uit te oefenen) op onze 'realiteiten': de individuele, de wederzijdse en de collectieve (Frühmann et al., 2021).

Wat komt er in je op als je denkt aan constructieve functies en kwaliteiten van verhalen? Als we het mensen vragen, noemen ze er veel, bijvoorbeeld: inspiratie, verbeelding, geheugenopslag, kennis- en informatieoverdracht, mensen verbinden, troosten, helen, entertainment, betrokkenheid, (creëren van) wederzijds respect, onderwijzen/uitleggen, inleven (empathie), (creëren van) waarden (waardesystemen), beïnvloeden, actie (initiatief), plannen, strategie, anticiperen (op gebeurtenissen, acties), maar ook hun 'schaduwkanten', zoals manipulatie, angst zaaien, haat en haatzaaien, boosheid, walging, discriminatie of misbruik.

Als we naar de bovenstaande voorbeelden kijken, kunnen we ons voorstellen dat veel van de functies van verhalen ook geïnterpreteerd kunnen worden als **intenties**. We moeten ons ervan bewust zijn dat er bijna altijd een intentie is wanneer we een verhaal vertellen, het kan goed bedoeld zijn en aan de andere kant kan het misleidend zijn, zelfs kwaadwillend (Frühmann et al., 2021). We moeten ons er ook van bewust zijn dat het vertellen van (persoonlijke) verhalen in de meeste gevallen oprecht, genereus of kwetsbaar is, maar ook dat de intenties van de verteller soms verkeerd geïnterpreteerd kunnen worden omdat ze (en vaak met de

beste bedoelingen) een verhaal vertelden dat de interpretatie (en betekenisgeving) van de luisteraars in de verkeerde richting leidde (Simmons, 2019).

Dus, wanneer is een verhaal 'een verhaal'? Een van de meest opvallende kenmerken van verhalen is hun structuur. Alle menselijke talen delen een aantal structurele basisovereenkomsten - een universele grammatica. Zo is het volgens sommigen ook met verhalen (Gottschall, 2013, De Beaugrande, 2006). We realiseren het ons niet bewust, maar zoals eerder gezegd lijken verhalen te beantwoorden aan onze behoefte om gegevens en informatie te organiseren in betekenisvolle structuren. We zijn waarschijnlijk al 'geprogrammeerd' om een verhaal te herkennen: een verhaalstructuur is een culturele code waarin we worden geboren (Reitz & Livo, 1986). De meest voorkomende en universele structuur is het traditionele verhaal dat **volksverhaal** wordt genoemd.

Voor het volksverhalenmodel presenteren we de versie van verhalenwetenschapper Cynthia Kurtz (2014):

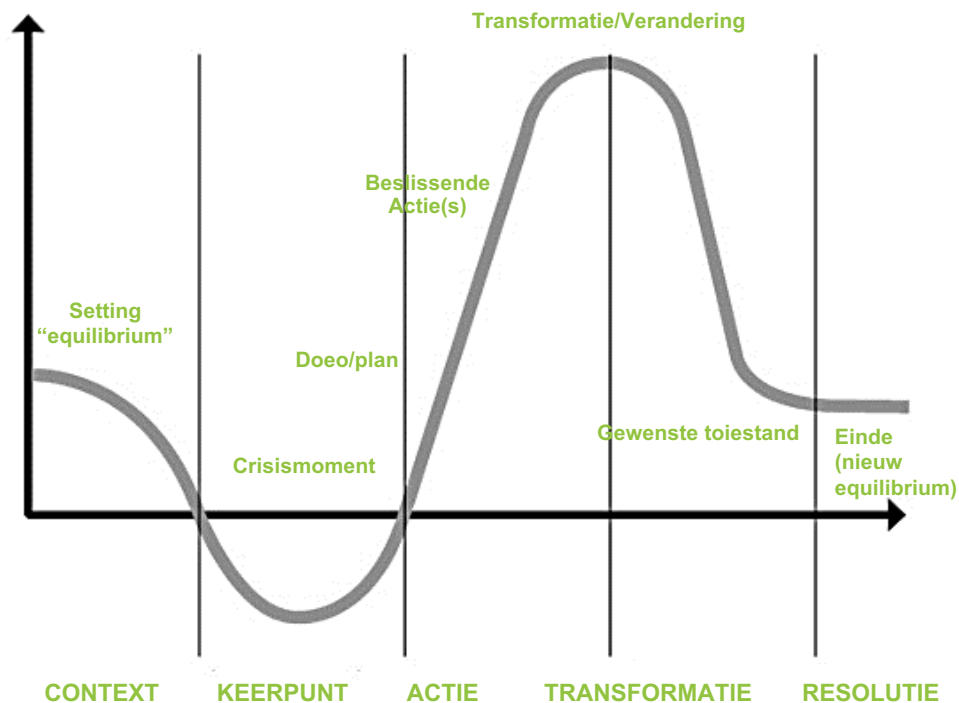
Context – introductie van de setting en personages, uitleg van de situatie.

Keerpunt – het dilemma, de crisis, het probleem of de gebeurtenis die het verhaal in gang zet.

Actie – hoe de mensen in het verhaal reageren op het dilemma of probleem, inclusief complicaties, uitdagingen, dingen die misgaan.

Ommakeer / Transformatie – uiteindelijk gebeurt er iets dat verandering en/of transformatie teweegbrengt.

Resolutie – de uitkomst van het verhaal (soms 'de moraal' of 'de les').



Afbeelding 2 – Volksverhaal-structuur.

Dit zou een kort verhaal kunnen zijn dat deze structuur volgt:

Er loopt een man op straat (context / setting) en plotseling valt hij in een gat. (keerpunt) De wanden zijn zo hoog dat hij er niet meer uit kan. (crisis) Er komt een dokter langs en de man schreeuwt omhoog (beslissende actie): "Hé jij! Kunt u me helpen?" De dokter schrijft een recept uit, gooit het in het gat en gaat weer verder. (actie) Dan komt er een priester langs en de man roept: "Vader, ik zit in dit gat, kunt u me helpen?" (beslissende actie) De priester gooit een gebedsbriefje in het gat en gaat verder. (actie) Dan komt er een vriend langs (beslissende actie / keerpunt): "Hé, Joe, ik ben het! Kun je me helpen?" En de vriend springt in het gat. (ommekeer / transformatie) Onze man zegt: "Ben je gek? Nu zitten we hier allebei!" Maar de vriend zegt: "Ja, dat klopt. Maar ik ben hier eerder geweest en ik weet de weg naar buiten!" (resolutie)

Crises, conflicten en problemen zijn onmisbare elementen. Verhalen richten zich universeel op de beproevingen die de menselijke aard met zich meebrengt, ze gaan over van alles en nog wat: liefde, seks, haat, doodsangst, uitdagingen van het leven. Ze gaan ook over macht: het verlangen om invloed uit te oefenen (op het lot of op anderen), of om te kunnen ontsnappen. En misschien wel de belangrijkste eigenschap: elk verhaal bevat een transformatie, een beslissing ("... en toen besloot hij..."), verandering ("... en daarom vanaf die dag...") of inzicht ("Aha!") die ons helpt of ons het spoor helpt volgen naar een gewenste uitkomst of toestand - wat dan ook het doel of de bedoeling moge zijn van het verhaal dat we delen.

Wat is een verhaal niet?

Zonder transformatie of verandering is het geen verhaal. Verhalen zijn geen anekdotes. We vertellen elkaar voortdurend anekdotes: "Ik was in dit restaurant en raad eens wie ik zag? Mijn oude vlam van de middelbare school! En ik zei... en toen zei zij, en toen zei ik..., enz." Dat is op zijn best een anekdote, maar vaak niet veel meer dan een verslag. Het is geen verhaal, tenzij er zich in het restaurant een conflict heeft ontwikkeld dat tot een crisis heeft geleid en op de een of andere manier is opgelost, en iemand - de verteller of een hoofdpersoon - of iets daardoor diep en ingrijpend is veranderd. Slogans, gezagsuitingen, argumenten, meningen, de meeste advertenties, manifesten, tirades, zijn meestal geen verhalen.

Metafoor en analogie

Om 'verhaal'af te sluiten: sommige mensen vinden het nuttig om onderscheid te maken tussen een metafoor ('tijd is geld', 'de wereld is een podium'), een analogie ('ze zijn zo vies als varkens') en een

verhaal. In de context van deze toolkit willen we voorstellen dat deze ook tot verhalen gemaakt kunnen worden, zelfs narratieven, of op zijn minst verhaal- (of narratief-) ondersteunend.

Narratief

Een 'narratief' wordt vaak gezien als synoniem voor 'verhaal', maar dat is het niet. Net als de gegevens die we in het vorige hoofdstuk noemden, structureren (of verbinden) we ook verhalen (of gewone gebeurtenissen) tot een narratief dat 'zinnig' is en ons betekenis geeft. Dit kan een van onze persoonlijke 'levensnarratieven' worden ("Ik ben onhandig (daarom word ik altijd ontslagen)", ondersteund door verhalen/gebeurtenissen met betrekking tot (de eigen) onhandigheid. Sommigen stellen dan ook dat deze vnarratieven een krachtige metafoor zijn voor het 'begrijpen van het leven' (Hyvärinen (2006).

Maar gezien het aantal levensverhalen dat we in verschillende contexten (familie, werk, vrienden, enz.) over onszelf vertellen, worden het interpretaties, versies van ons leven die zelfs tijdens ons leven kunnen veranderen. Ons geheugen kan selectief zijn...

Verhalen kunnen ook ideologisch zijn ('Moslims zijn...'), ondersteund door verhalen over terroristische aanslagen.

Er kunnen ook (andere) generaliserende/stereotyperende verhalen over groepen zijn, zoals 'Bankiers zijn...', die hen steeds weer beschrijven als hebzuchtige aasgieren.

In samenhang met sociale (culturele) discoursen (bijv. de genderkloof, 'witheid' is de norm en gekleurden zijn 'anderen') kunnen ze de basis vormen voor onze opvattingen over kwesties als bijvoorbeeld immigratie, veiligheid en belastingen. Ze beïnvloeden onze normen, wie we zien als insiders en outsiders, wie iets verdient en wie niet. Ze kunnen de drijvende kracht worden achter conflicten, polarisatie, discriminatie en uitsluiting. Niet alleen in de brede samenleving: 'culturen' zijn ook aanwezig in groepen, gemeenschappen en organisaties.

Een ander fenomeen waar je misschien wel eens van hebt gehoord is 'the single story': onze levens, onze culturen, bestaan uit vele overlappende verhalen. In haar beroemde TED-talk vertelt romanschrijfster Chimamanda Adichie (2009) hoe ze haar authentieke culturele stem heeft gevonden. Ze stelt dat inherent aan de kracht van verhalen een gevaar schuilt - het gevaar om slechts één verhaal over een groep te kennen. "Dit ene verhaal creëert stereotypen en het probleem met stereotypen is niet dat ze onwaar zijn, maar dat ze onvolledig zijn. Ze zorgen ervoor dat één verhaal het *enige* verhaal wordt."

Narratieven (en discoursen) kunnen zo dominant worden dat we de betere alternatieven, andere mogelijke en meer veelbelovende (levens)verhalen niet zien. We hebben vaak de neiging om over het hoofd te zien dat we ook andere talenten hebben, die we in een ander beroep zouden kunnen gebruiken; dat de meeste moslims vredelievend en gastvrij zijn; en dat er meer integere bankiers zijn dan de hebzuchtige enkeling (Frühmann et al., 2016).

Samengevat

Verhalen en narratieven komen voort uit verschillende behoeften en ervaringen, maar vooral uit onze behoefte aan **betekenis** en **zingeving**. Betekenisgeving is hoe we gebeurtenissen, relaties en onszelf construeren, begrijpen en zin geven. Het lijkt ook geen twijfel dat verhalen een vitale rol hebben gespeeld bij de opbouw van beschavingen. Ze hebben geholpen om sociale systemen uit te vinden en tegenwoordig zelfs om sociale systemen over afstanden (wereldwijd) opnieuw uit te vinden door middel van digitale communicatie en (digitale) uitwisseling van ideeën (Harari, 2016).

Hoe begin je gesprekken over diversiteit en inclusie en storytelling in je bedrijf?

We zijn misschien allemaal op verschillende schepen gekomen, maar we zitten nu in hetzelfde schuitje. **Martin Luther King, Jr.**

Het doel van diversiteits- en inclusie management is het bevorderen van eerlijkheid en gelijkheid en het gebruikmaken van de voordelen die een diverse organisatie kan bieden. Diversiteit betekent het erkennen, respecteren en verwelkomen van ieders verschillende achtergronden, identiteiten en ervaringen. Het bevorderen van diversiteit viert de verschillen en uniekheid van mensen.

Voor deze toolkit hebben we negen pijlers van diversiteit geïdentificeerd: geslacht, leeftijd, etniciteit, sociaal, cultuur, ras, religie en spiritualiteit, fysieke beperkingen en neurodiversiteit. Inclusie betekent dat iedereen wordt aangemoedigd om zijn of haar uniekheid te behouden, dat ze niet worden uitgekozen omdat ze anders zijn of dat er van hen wordt verwacht dat ze zich conformeren; dat ze het gevoel hebben erbij te horen en gewaardeerd worden. En we mogen rechtvaardigheid niet vergeten. Gelijkheid betekent dat mensen in bepaalde omstandigheden anders moeten worden behandeld om hen zinvolle gelijke kansen te bieden.

Wil je weten hoe divers en inclusief je organisatie werkelijk is? Hoe kun je een coherent en divers team samenstellen? Hoe kun je een veilige, inclusieve ruimte voor iedereen creëren? Hoe kun je meer rechtvaardigheid, cohesie en betere samenwerking creëren in een diverse organisatie? Lees verder...



Emoties en gevoelens

Organisaties zijn mensen, individuen; een organisatie is dus een levend systeem, het is meer dan de som der delen, zoals een lichaam (Y. Gabriel, 2004). Organisaties hebben een indringend effect of invloed op ons gevoel van identiteit en individualiteit (persoonlijkheid), maar het gaat te ver om te zeggen dat ze dat bepalen (Y. Gabriel, 1999). In zekere zin hebben organisaties ook een *gevoelsleven*. Je hoeft maar aan de oppervlakte te krabben om een flinke laag emoties en gevoelens bloot te leggen, soms stil gehouden, soms geveinsd, soms timide en soms oncontroleerbaar in de vorm van woede-uitbarstingen. Dat past dus niet in het klinisch gecontroleerde 'gemanagede' beeld (Y. Gabriel 1999).

Karakters

Om het diversiteitspunt te benadrukken: naast de (diversiteits)pijlers die we hebben genoemd, moeten we ons ook bewust zijn van de diversiteit in karakter van mensen - denk aan collectivistische, narcistische, heroïsche, obsessieve persoonlijkheden - en hun karaktereigenschappen zoals spontaan, ordelijk, impulsief, manipulatief, coöperatief, avontuurlijk (Y. Gabriel, 2004). Alle elementen die we tegenkomen in verhalen, hun helden en schurken... Deze karakters en eigenschappen beïnvloeden ook de relatie met collega's. Ze beïnvloeden ook de relatie en de perceptie van een leider.

Het kan voordelig uitpakken om oprechte interesse te tonen in de verhalen binnen je organisatie, op alle niveaus: Een organisatie is niet alleen divers maar ook meervoudig geënceneerd,

verschillende toneelstukken worden gelijktijdig door organisatieleden (protagonisten) opgevoerd (Boje, 1991).

Luisteren

Luisteren naar verhalen onthult iets over de 'ware' cultuur, een waargenomen en ervaren 'werkelijkheid', die soms losstaat van formele papieren regels en afspraken. Wat willen mensen, hoe ervaren ze hun dagelijkse werk, waar hopen ze op, wie zijn hun helden en wie hun tegenstanders, en waarom? Wat staat bevredigende samenwerking in de weg: onbewuste vooroordelen, wantrouwen, gebrek aan respect, discriminatie, onwetendheid? Op welke manier voelen ze zich (emotioneel) verbonden met de organisatie? Waarom hebben ze ervoor gekozen om toe te treden? Zijn ze er nog steeds om dezelfde redenen?

Luisteren naar elkaars verhalen is echter niet genoeg, we moeten ons ervan bewust zijn dat we verleid kunnen worden door de verhalen zelf en ons kritisch vermogen verliezen (Y. Gabriel, 2000). Dat betekent ermee aan de slag gaan: ze te bevragen en gezamenlijk hun betekenis en gevolgen te interpreteren, om uiteindelijk een gemeenschappelijke basis te vinden; diversiteit en wederzijds respect zien als een kracht die je werk aangenaamer maakt en de organisatie veerkrachtiger en duurzamer. Als je al deze aspecten in overweging neemt, ben je misschien geneigd om in te zien dat het werken met verhalen en narratieven niet zo'n gekke oplossing is. We willen je vertrouwd maken met enkele (werken-met-verhalen) terminologieën.

Toegepast storytelling

Het gebruik van formele storytelling in een andere sociale context dan een (professionele) vertelvoorstelling. In deze toolkit gebruikt 'toegepast storytelling' elementen van formele storytelling, zoals het werken met of aan een verhaal, het werken aan luistervaardigheden. Dat kan in allerlei sociale contexten, zoals workshops of het uitnodigen van medewerkers (en management) voor 'story circles'. Toegepast storytelling kan zowel persoonlijke verhalen als andere verhalen (zelfs volksverhalen) gebruiken, en beide kunnen een krachtige rol spelen. Het gaat over de reis van een 'held' en de manier waarop hij inzicht en wijsheid overbrengt. De held kan de verteller zelf zijn, maar het kan ook een fictief of verafgelegen personage zijn, of een bestaand persoon die de verteller als held beschouwt. In veel gevallen leent het persoonlijke verhaal zich beter, vooral bij onervaren vertellers, die vaak zeggen: "Ik ben geen verteller". Een eenvoudige uitnodiging als "Vertel eens over je naam. Van wie heb je die gekregen? Wat betekent die voor je?" zal het ijs doen smelten en de weg openen naar méér (persoonlijke) verhalen delen met anderen, die dan niet meer als 'vreemden' worden gezien.

Narratieve aanpakken

In samenlevingen, gemeenschappen en dus ook in organisaties kunnen (soms dominante) narratieven meningen over 'de anderen' beïnvloeden en sturen - denk aan (onbewuste) vooroordelen (wellicht door opvoeding), stereotypering, onwetendheid, of desinformatie, gevoed door sociale media: memes, hate speech, (cyber)pesten en intimidatie. Narratieve aanpakken kunnen behulpzaam zijn en herstelprocessen,

verzoening, wederzijds begrip en respect en samenwerking faciliteren en aanmoedigen.

"Het leven zoals het geleefd wordt is rijker dan het leven zoals het verteld wordt" (Bruner, 1986). Er zijn altijd gebeurtenissen die de dominante en vanzelfsprekende ideeën niet bevestigen. Het leven is veelzijdig, er zijn veel verschillende verhalen (en narratieven), afhankelijk van perspectieven, individuen en groepen. We hebben veel potentiële identiteiten en dus ook toekomst. Narratieve aanpakken zijn erop gericht om dominante verhalen zichtbaar te maken en te ontrafelen, om te zien dat ze slechts ideeën zijn... geen waarheden.

Op de lange termijn stellen narratieve werkwijzen individuen, groepen/teams en hele gemeenschappen in staat om alternatieve, gewenste en haalbare (toekomst)verhalen te construeren. Die kunnen mensen in staat stellen om actie te ondernemen en uitdagingen aan te gaan. Voorkeursverhalen ('preferred narratives') zijn ook in het leven gegrond, omdat ze putten uit echte gebeurtenissen/verhalen die *niet* passen in het dominante verhaal. Die gebeurtenissen kunnen worden aaneengerijgd tot een nieuw, alternatief verhaal. Met andere woorden, het herkennen van de impact van dominante verhalen en het ontwikkelen van vaardigheden om nieuwe verhalen te maken, kan mensen katapulteren van acceptatie (van het systeem en hun rol daarin) naar actie. Laten we dit concreter maken.

Hoe je mensen verbindt voor een bepaald doel

Stel je een buitenstaander voor die een gesprek van vrienden in een treincoupé afluistert. Telkens als een van het gezelschap een nummer roept, barst de rest in lachen uit. Uiteindelijk vraagt de buitenstaander waar het allemaal om draait en krijgt te horen dat elk nummer correspondeert met een eerder afgesproken grap - het nummer roept de grap op, die de lach opwekt. De buitenstaander roept een nummer maar krijgt geen gelach. Als hij vraagt waarom, krijgt hij te horen "Je hebt het niet goed verteld".
Y. Gabriel

Het is niet altijd gemakkelijk om door een organisatie heen te kijken, wat de werkelijke cultuur is, wat de onuitgesproken afspraken zijn die een buitenstaander niet begrijpt. Afspraken - en verhalen die ze ondersteunen - kunnen ook anderen uitsluiten, hoezeer ze ook proberen te begrijpen en aan te sluiten. We moeten vooral niet te snel denken dat we dingen begrijpen, en wat mensen drijft. Daarom stellen we geen 'standalone' methode voor, maar een veelzijdige aanpak.

Participatory narrative inquiry (PNI)*

We willen een veelzijdige, beproefde en vooral praktische narratieve aanpak introduceren: Participatory Narrative Inquiry (PNI), bedacht door Cynthia Kurtz (2014). Dit is een aanpak waarbij groepen mensen deelnemen aan het verzamelen van (en werken met) authentieke verhalen van persoonlijke ervaringen om zin te geven aan complexe situaties en betere beslissingen te kunnen nemen. Het werkt voor diverse groepen en gemeenschappen (= organisaties), maar ook voor cohorten binnen gemeenschappen (bijv. 50+, alleenstaande moeders, etnische minderheid), en het kan niet alleen de groep ten goede komen (cohesie, wederzijds begrip, wederzijdse steun) maar ook de individuen en hun individuele besluitvorming, wellicht een (nieuwe) focus.



* Participerend Narratief Onderzoek

PNI richt zich op de diepgaande bezinning op waarden, overtuigingen, gevoelens en perspectieven door het vertellen en interpreteren van doorleefde ervaringen. Kurtz benadrukt dat feitelijke gegevens, waarheden, getuigenissen, meningen, argumenten en bewijzen kunnen worden gebruikt als materiaal voor betekenis- en zingeving, maar ze worden altijd gebruikt vanuit *een* perspectief en om *perspectief* te krijgen. Deze focus bepaalt, vormt en begrenst de benadering. Eén ding staat voorop: 'het individu/de gemeenschap (lokale / 'stille'/verborgen kennis) is de expert'.

PNI is niet (alleen) narratief onderzoek; het nodigt de vertellers uit om met hun eigen verhalen te werken. Deelname kan variëren van het simpelweg beantwoorden van vragen over verhalen tot deelname aan gestructureerde betekenis- en zingeving-activiteiten in groepsverband waarbij de vertellers nadenken over kwesties. De facilitator in een PNI-project vertelt of interpreteert of verandert geen verhalen en selecteert ze ook niet. Alleen de leden van de gemeenschap doen al deze dingen. Wat de facilitator doet, is de verhalen helpen daar te komen waar ze moeten zijn om de gemeenschap te helpen een doel te bereiken (Kurtz, 2014).

'**Inquiry**' (Onderzoek) maakt duidelijk dat de aanpak niet alleen gaat over 'verhalen vertellen', noch over luisteren om te luisteren.

Vragen stellen om verhalen te initiëren of te stimuleren, vragen stellen *over* de verhalen is een belangrijke activiteit in het proces. Het vergemakkelijkt niet alleen "iets over iets te weten komen", het vergroot ook het begrip van conflicten, onderwerpen, gevoelens, het helpt bij het verkennen en vinden van oplossingen en verbeteringen.

PNI werkt in drie fasen: plannen, verzamelen en betekenis geven.



Planning: wat wil je weten?

Vaak is 'planning' een fase waarin elementen zoals vragen, workshops en oefeningen al kunnen worden gekozen en/of ontworpen. Het kan ook helpen om (vooraf) te beoordelen of de organisatie klaar is voor verandering en om niet te snel van ambitie naar actie te gaan. De organisatie uitnodigen om je ideeën te testen en nagaan of de gemeenschap er klaar voor is, is één ding (je ontdekt hun echte behoeften), de gemeenschap in kaart brengen is iets anders. Het in kaart brengen zal je helpen om meer te weten te komen over hun interesse om samen te werken, de (machts)relaties en de verhaalcapaciteit van de (leden van de) gemeenschap. Een klein proefproject kan bijvoorbeeld worden gebruikt om vragen en methoden te testen voordat het grotere project plaatsvindt.

Verzamelen/Oogsten

Het verzamelen van verhalen kan mogelijk al beginnen in de plannings- en inventarisatiefase. In het kort zijn er verschillende verzamelactiviteiten en/of oefeningen zoals interviews, peer-to-peer interviews, groepsinterviews, story circles, tijdlijnen, etc.; allemaal dienen ze één of meerdere doelen en kan beperkingen hebben wat betreft deelnemers en tijd. Story circles scheppen vertrouwen (binding, oogsten van waarden), verhalenverzamelingen inspireren gesprekken en stimuleren visie, (groeps)interviews faciliteren kenniscapaciteit en (uiteindelijk) story events kunnen aanzetten tot actie.

Betekenis- en zingeving

Betekenisgeving kan worden voorafgegaan door een fase waarin de (gefaciliteerde) deelnemers op zoek gaan naar patronen en/of trends in de verzamelde verhalen - het kan leiden tot "Aha!"-ervaringen. In deze fase moet de facilitator op zijn hoede zijn: niet alle gegevens zijn noodzakelijkerwijs meteen betekenisvol. De neiging van ons brein om verhalen te genereren uit willekeurige gegevens kan onze waarneming parten spelen en ons misleiden (Kahneman, 2013). Deze interpretaties en implicaties dienen echter een doel: ze kunnen de betekenis - en zingeving - verrijken. Vragen stellen bij deze interpretaties en implicaties ("Kunnen we dit vertrouwen?", "Wat zegt het over...?") kan leiden tot verder onderzoek, betekenis en zin naar boven halen en nieuwe perspectieven bieden.

Laat het werken! Mogelijke interventies.

Het herkennen van de impact van dominante verhalen en het ontwikkelen van vaardigheden om nieuwe verhalen te bedenken, kan mensen katapulteren van een plaats van acceptatie (van het systeem en hun rol daarin) naar een plaats van actie (Saltmarsh, 2018). Voorbeelden van interventies zijn communicatie, campagnes, bijeenkomsten, optredens, demonstraties, beleidsveranderingen, aankondigingen, constructies en destructies. Interventies zijn bedoeld om de terugkoppeling van verhalen naar de gemeenschap te stimuleren, niet om ze te controleren of tegen te houden. Idealiter zorgen interventies die gebaseerd zijn op effectieve narratieve zingeving voor positieve veranderingen. (Kurtz, 2014).

Hoe je mensen uitnodigt om hun verhaal te vertellen

Wij zijn als soort verslaafd aan verhalen. Zelfs als het lichaam gaat slapen, blijft de geest de hele nacht wakker om zichzelf verhalen te vertellen. **Jonathan Gottschall.**

Als je meer wilt weten over de impact die diversiteit heeft of zou kunnen hebben in je organisatie en de cultuur van je organisatie, als je benieuwd bent wat inclusiviteit daaraan kan bijdragen, hoe kun je medewerkers dan verleiden om na te denken over het delen van verhalen met elkaar en die persoonlijke verhalen te verbinden aan de verhalen van de organisatie? Als je wilt dat ze deelnemen aan story circles, zijn de volgende drie stappen mogelijk:

Stap 1. Planning: effectieve onderwerpen vorm geven

Beperk het aantal onderwerpen tot een minimum. Drie of minder is een goed aantal voor een typische story circle van 90 minuten. De onderwerpen die je kiest, bepalen het ontwerp van de verhalen-oproepende vragen. (voorbeelden: moreel, risico's en beloningen, veiligheid op de werkplek, talentontwikkeling, leiderschap, enz.)

Activiteitsvoorstel:

Om een reeks onderwerpen te genereren, nodig je het projectteam uit om individueel zoveel mogelijk onderwerpen te bedenken die relevant zijn voor het geplande onderzoek. Kom dan samen rond een whiteboard en brainstorm als groep over alle onderwerpen die van belang zijn. Cluster de onderwerpen en geef elk cluster een naam. Deze clusternamen worden de namen van de onderwerpen.

Wat **ethiek en transparantie** betreft, moet je je ervan bewust zijn dat er door de kenmerken van je werknemers een grote kans bestaat dat er een machtsrelatie bestaat, waarbij je een bepaald niveau van macht hebt over de mensen die je wilt aanspreken.



Dit kan komen door het hierboven geschetste aspect (je kennis over doelstelling of intentie), of omdat je de macht hebt om beslissingen te nemen die direct van invloed zijn op hun (organisatie)leven en welzijn. Er zijn vier categorieën informatie die je mogelijk zou kunnen geven aan de mensen die je gaat vragen om verhalen te vertellen in je project (Kurtz, 2024):

1. Je zou mensen kunnen vertellen **waar het project om draait**.
2. Je zou mensen kunnen vertellen **wie er betrokken is** bij het project: de financiers (wie betaalt ervoor), de begunstigden (wie heeft er baat bij als het een succes wordt), de verzamelaars (interviewers, samenstellers, onderzoekers) en de vertellers.
3. Je zou mensen kunnen vertellen **waarom** je verhalen wilt horen.
4. Je zou mensen kunnen vertellen **wat er met de verhalen gebeurt**. Je moet altijd een privacybeleid hebben (d.w.z. anonimiteit), dus het gaat er niet om wat men bereid is te zeggen, maar welke informatie men vrijwillig geeft. (Kurtz, 2024).

Stap 2. Deelnemers selecteren

Diversiteit is belangrijk bij het selecteren van deelnemers. Zorg ervoor dat de deelnemers bestaan uit een mix van kenmerken zoals leeftijd, geslacht, aantal dienstjaren, ras, functie, senioriteit, cynici en enthousiastelingen, en invloedrijke deelnemers en/of deelnemers met goede netwerken. Als vuistregel kun je aanhouden dat je ongeveer 10% van de totale groep die je wilt aanspreken gaat selecteren als deelnemers. Het is belangrijk dat de deelnemers op zijn minst één gemeenschappelijke ervaring delen met betrekking tot de onderwerpen.

Tip: Over het algemeen kan het belangrijk zijn om mensen van verschillende niveaus in de hiërarchie van een organisatie te vermijden om een 'baas'-uitbarsting zoals "Dat is niet wat er gebeurd is" te voorkomen (en dan wordt de sessie waardeloos). Tenzij leiders openstaan om zelf te leren (en van koers te veranderen)...

Stap 3. Uitnodigen (een open uitnodiging)

Of je nu mensen wilt uitnodigen voor een één-op-één interview of story circles om verhalen te verzamelen, het beste is om vrijwilligers te zoeken om deel te nemen. Een open uitnodiging is dan het verstandigst. Soms (wanneer mensen aarzelen om zich als vrijwilliger aan te melden) kan een meer sturende aanpak nodig zijn, maar dan nog steeds op een uitnodigende toon!

Voorbeeld open uitnodiging (brief/mail):

Beste [naam],

We nodigen je graag uit om samen met ons [onderwerp] te verkennen door deel te nemen aan [aantal] story circle(s) die gepland staan op [datum] om [tijd] en op [locatie]. Dit is een belangrijke activiteit voor [bedrijf] omdat het een kans biedt om jullie collectieve ervaringen te verkennen en te delen rond belangrijke thema's die de ontwikkeling van [het gekozen thema] zullen beïnvloeden.

Een story circle bestaat uit een kleine groep mensen die samenkomen om ervaringen rond [het gekozen thema] te vertellen. Het kan eruit zien en aanvoelen als een gesprek tijdens een etentje. Tijdens de story circle van 90 minuten wordt je uitgenodigd om je anekdotische ervaringen te delen met collega's over een reeks thema's die betrekking hebben op [het gekozen thema]. De ervaringen die jullie als groep delen, blijven vertrouwelijk. De story circle kan worden opgenomen en getranscribeerd, en daarbij zullen we namen en andere verwijzingen verwijderen omdat we je privacy respecteren en willen waarborgen.

We hopen dat je deze kans om je ervaringen te delen met je collega's plezierig en inzichtelijk zult vinden. Maar vooral hopen we dat je deze kans aangrijpt om ons te helpen de ervaringen rondom [het projectthema] beter te begrijpen.

Je open en eerlijke deelname is essentieel voor ons succes.

Voor meer informatie over [het evenement of ons project] kun nje contact opnemen met [naam, telefoonnummer, e-mail].

Met vriendelijke groet,

[name]

Hoe kun je verhalen vertellen aanmoedigen?

Een verhaal ... wekt empathie op en overbruggt verschillen. Het geeft ons nieuwe perspectieven voor op manieren die onze rationele geesten niet kunnen bedenken. Als het aankomt op het veranderen van waarden, opvattingen, regels en doelen van een systeem, is het verhaal van fundamenteel belang. **Ella Saltmarshe**

Als we mensen uitnodigen om na te denken over de systemen die hun leven vormgeven, moeten we ons ervan bewust zijn dat dit proces de kracht heeft om mensen bewust te maken van wie zij (en anderen) zijn, maar ook van de bredere systemische krachten die hun persoonlijke verhaal beïnvloeden. Dit moet op een betrouwbare manier gebeuren, of het nu van binnenuit gebeurt of door een externe facilitator. We willen je graag wat inzichten geven in het faciliteren, vooral in story circles. Ten eerste (nu we het toch over diversiteit hebben), toon respect voor verschillende achtergronden. Respect betekent genoeg afstand nemen om jezelf als gelijke te plaatsen ten opzichte van de ander / je deelnemers. De rol van de facilitator is die van de medereiziger, die reageert op emoties, interesse toont en plezier uitstraalt in het vertelproces.

Toon empathie: empathisch luisteren betekent jezelf nederig opstellen, de ander in hun waarde laten. Bedenken wat de ander zou kunnen helpen is de basis van hoger ontwikkelde empathie. De ander respecteren betekent ook nederig zijn. Nederigheid is onze verdediging tegen angst, vooroordelen en overhaaste beslissingen. Nederigheid stelt ons in staat om open en grondig naar anderen te luisteren en ons bewust te worden van onze beperkingen.



Vertrouwen opbouwen

Vertrouwen is een langzaam opbouwend, gelaagd proces dat in de loop van de tijd plaatsvindt (Brown, 2012). We vertrouwen over het algemeen degenen die onze geheimen bewaren; degenen die hun geheimen delen; degenen die zich onze naam of het laatste gesprek herinneren; degenen die ervoor zorgen dat we bij goede dingen worden betrokken; degenen die ons vragen waarom we verdrietig zijn; degenen die achter ons staan; degenen die tijd en moeite steken in een relatie. Misschien kun je nog meer voorbeelden bedenken. Vertrouwen kan één op één worden opgebouwd, maar ook binnen een groep mensen met dezelfde (culturele) achtergrond. Belemmeringen voor het opbouwen van vertrouwen zijn drie componenten die in elke cultuur een rol spelen (Brown, 2012):

Schaamte: angst om belachelijk gemaakt en gekleineerd te worden; minderwaardigheid; om 'niet goed genoeg' te zijn; de schuld krijgen of terechtgewezen worden; uitgescholden worden, enz.

Vergelijken: kan leiden tot openlijke en heimelijke rangschikking; verstikking van creativiteit; beoordeeld worden op je waarde, enz.

Onthechting: kan de oorzaak zijn van angst om nieuwe dingen te proberen; om te zwijgen in plaats van ervaringen te delen; het kan ontstaan door het gevoel dat er niet naar je geluisterd wordt, dat je niet gehoord of gezien wordt, enz.

Dit is de reden waarom we eerst activiteiten adviseren om vertrouwen op te bouwen (verhalen), voordat we dieper ingaan op ervaringen rond onderwerpen.

De kracht van de vragen

Vragen die verhalen kunnen opwekken zijn ook belangrijk. Vragen die het verhaal van de ander gaande houden (en het verhaal van de ander respecteren) kunnen niet alleen behulpzaam zijn, maar ook helpen om belangrijke details aan het licht te brengen.

Vragen zijn bijna nooit onschuldig. Net als verhalen zijn vragen intentioneel; ze dienen een doel, net als het antwoord en/of de verhalen die je zult terugkrijgen als antwoord op je vraag.

Vragen kunnen controle uitoefenen omdat er een sterke sociale druk is op de ander om de vraag te beantwoorden. Het kan ontaarden in een machtsspel, en aan de andere kant kan de ander vragen ontwijken of terugkaatsen ("Interessant...") en je een verhaal geven dat niet ter zake doet.

Vragen kunnen aansprekend zijn maar ook dubieus omdat ze het denken en antwoorden van anderen op verschillende manieren kunnen beïnvloeden. Door middel van de juiste vraag kun je allerlei nuttige informatie ontdekken die jou en de verteller kan helpen om latere doelen te bereiken.

Open vragen zijn bijzonder nuttig. *Actief luisteren* helpt ook. Het kan persoonlijke details over de ander zichtbaarder maken en geeft je de kans om je in te leven, bijvoorbeeld door te laten zien dat je soortgelijke ervaringen hebt gehad.

Effectief luisteren naar verhalen zal altijd de kracht laten zien van betrokkenheid bij, of identificatie met de spreker; iemand het gevoel geven dat ze niet alleen zijn, dat ze niet alleen staan met hun behoefte(n). "Uit het delen van verhalen ontstaat een team, een ondersteunend netwerk, etc." (Costello, 2017).

Stel vragen waarvan de antwoorden verhalen zijn; verhalen en antwoorden op vragen daarover versterken elkaar en bieden een rijkere basis van betekenis dan beide afzonderlijk kunnen (Kurtz, 2014).

Omgaan met meningen

Als je met je deelnemers werkt, krijg je misschien eerder meningen dan verhalen. Het zijn de verhalen over hoe ze tot deze mening zijn gekomen die interessant zijn. Dus als iemand een mening geeft, kun je door vragen te stellen (met behulp van de bovenstaande typen vragen of een combinatie ervan) interessante inzichten krijgen om over na te denken. Vragen die in dit geval een verhaal oproepen kunnen zijn:

- *Vertel ons over het moment waarop je voor het eerst de effecten van [...] begreep.*
- *Had je op een ander moment een ander beeld en wanneer veranderde dat?*

The following question can elicit a story when an opinion is stated:

- *Ja, dat is jouw mening, maar wat zou een voorbeeld zijn?*

En voor nog meer concrete vragen biedt Paul Andrew Costello (2015) alternatieven zoals:

- *Wie heeft bijgedragen aan het vormen van je mening over en hoe / wanneer / waar is dit gebeurd?*
- *Heb jij je altijd zo gevoeld?*

Het belang van de juiste vragen stellen

Nogmaals: het oproepen van verhalen bij anderen en het verzamelen van verhalen begint met het stellen van vragen, ze vormen de basis van elk verhaal, verteld of beluisterd. Vragen dienen een doel, net als het antwoord, en daarom hebben ze de macht om de verhalen van mensen te sturen, te manipuleren of te ontkrachten. Het is daarom van het grootste belang om de juiste manier te vinden om vragen te stellen, d.w.z. op zo'n manier dat ze geen invloed uitoefenen op de inhoud en betekenis van iemands verhaal. Er zijn verschillende soorten vragen die relevant zijn in je interactie met je deelnemers.

Verzamel interpretaties, geen meningen

Richt hun aandacht op het verhaal en niet op zichzelf. Zorg ervoor dat je vragen mensen betrokken houden bij de interpretatie en niet afdwalen naar meningen. En onthoud altijd: **Zorg dat de verteller in het verhaal blijft!** (Kurtz, 2014).

Soorten vragen	Kenmerken	Situaties waarin ze nuttig zijn
Gesloten vragen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kunnen met één woord of korte zin worden beantwoord; ▪ Geven feiten; ▪ Zijn gemakkelijk en snel te beantwoorden; ▪ Je houdt controle over het gesprek met de vragen ▪ Gebruiken vaak woorden als: doen, zouden, zijn, zullen, als. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Een gesprek beginnen: bijv. Waar woon je? ▪ Begrip testen: bijv. Dus je wilt bij ons komen wonen? ▪ Een gewenste gemoedstoestand creëren (positief of negatief): bijv. Ben je blij met je huidige baan? ▪ Een overtuigingskracht tot een goed einde brengen: Als ik dit morgen lever, wil je dan nu tekenen?
Open vragen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Beginnen met wat, waarom, hoe, beschrijf... ▪ Zoeken bewust naar een lang antwoord (en krijgt waarschijnlijk een antwoord) ▪ Vragen de respondent om na te denken en te reflecteren; ▪ Leveren meningen en gevoelens ▪ Geven de respondent de controle over het gesprek 	<p>Als follow-up van gesloten vragen, om meer te weten te komen over een persoon, om mensen de omvang van een probleem te laten inzien, om te laten zien dat je bezorgd bent.</p> <p>Voorbeelden: Hoe blijf je gefocust op je werk? Wat houdt je wakker deze dagen? Wat zou er gebeuren als je klanten nog meer zouden klagen? Hoe is het gegaan na je operatie?</p>
Gerichte vragen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vragen iemand rechtstreeks naar een onderwerp/kwestie 	<p>Een gesprek aangaan, om begrip te testen, een gewenste gemoedstoestand creëren (positief of negatief), een overtuigingsproces afsluiten, enz.</p> <p>Voorbeelden Waar woon je? Dus je wilt bij ons komen wonen? Ben je blij met je huidige baan? Als ik dit morgen aflever, wil je dan nu tekenen?</p>

Soorten vragen	Kenmerken	Situaties waarin ze nuttig zijn
Ongerichte vragen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vragen naar ervaringen; ▪ Lichte gelijkenis met open vragen; ▪ Leveren vooral emoties en eerlijke reflecties op; ▪ Antwoorden kunnen slechts gedeeltelijk gaan over onderwerpen die relevant zijn voor het project/de activiteit. ▪ Vraag niet naar een bepaald onderwerp maar vraag naar ervaringen in het algemeen. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Als je meer onbevangen emoties en eerlijke reflecties wilt krijgen. Je kunt dit combineren met gerichte vragen "die beide doelen (specifiekheid en authenticiteit) tegelijk nastreven." (Kurtz, 2014) ▪ Hoe was de vergadering met je baas vandaag? ▪ Kun je je je beste moment herinneren als vader/zoon/moeder/dochter? ▪ Kun je een voorbeeld geven?
"Wat gebeurde er" vragen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Om meer details uit een specifiek antwoord te halen; ▪ Om te helpen antwoorden te genereren. 	<ul style="list-style-type: none"> • Om aarzelende of onervaren vertellers aan te moedigen om "hun verhaal te vertellen". • Wanneer mensen niet voldoende details geven, bijvoorbeeld wanneer ze alleen aangeven wanneer een belangrijk moment in hun leven was zonder aan te geven waarom. <p>Voorbeeld</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kun je me vertellen wat er gebeurde op je eerste werkdag?" (i.p.v. Kun je je jouw eerste werkdag herinneren). "En wat gebeurde er toen?" "Wat gebeurde er daarna?"

Verhalen opwekken (Kurtz, 2014; Frühmann et al., 2016)

Meer verhalen opwekkende vragen die verfijning in verschillende situaties mogelijk maken.

Vragen om een punt in de tijd op te roepen

Voorbeelden op basis van algemene gedenkwaardigheid:

Wat was het meest memorabele uur uit je carrière?

Welk moment van je bezoek aan het festival vond je het spannendst?

Voorbeelden op basis van emoties:

Kun je het moment beschrijven waarop je het meest worstelde in je werk?

Kun je me vertellen over je meest trotse moment als brandweerman?

Was er een dag dat je je echt gefrustreerd voelde?

Voorbeelden op basis van zaken die de organisatie belangrijk vindt:

Was er ooit een moment waarop je voelde dat het vertrouwen in de (werk)gemeenschap werd versterkt of verzwakt?

*Kun je een moment beschrijven waarop je ontdekte **waarom** er problemen zijn in deze organisatie?*

Vragen om een gebeurtenis te herinneren

Voorbeelden op basis van algemene gedenkwaardigheid:

Welke gebeurtenis springt er in jouw herinnering uit vier jaar werken in deze organisatie?

Kun je een situatie beschrijven die je je herinnert als belangrijk voor deze organisatie?

Voorbeelden op basis van emoties:

Kun je vertellen over moment waarop je je echt trots voelde over je organisatie/werk/collega's?

Kun je me iets vertellen over een moment waarop je je te moe voelde om naar je werk te gaan?

Wat voelde je toen je getuige was van een ruzie?

Voorbeelden aan de hand van zaken die de organisatie belangrijk zou kunnen vinden:

Als je denkt aan verandering, welke gebeurtenis van het afgelopen jaar springt er dan het meest uit in je gedachten?

Verhalen opwekken (Kurtz, 2014; Frühmann et al., 2016)

Vragen om een extreem (gevoel) op te roepen

Voorbeelden op basis van algemene gedenkwaardigheid:

Kun je me vertellen over de hoogtepunten van je laatste project?

Wat was het ergste dat je ooit is overkomen in deze organisatie?

Voorbeelden op basis van emoties:

Wanneer voelde je je de afgelopen twee maanden het meest gefrustreerd?

Kun je je herinneren wanneer je je het gelukkigst voelde in deze organisatie?

Wat was het leukste dat je hebt gehoord over onze organisatie/uw werk?

Voorbeelden op basis van kwesties die jouw organisatie belangrijk zou kunnen vinden:

Kun je je herinneren dat je gefrustreerd was over de generatiekloof / genderongelijkheid / pesten in deze organisatie?

Was er een moment waarop je het gevoel had dat het management zich zorgen maakte over de afname van vertrouwen en samenwerking?

Kun je je zich herinneren dat je waardering kreeg voor de initiatieven die je nam?

Vragen om verrassingen en veranderingen te herinneren

Voorbeelden:

Kun je me vertellen over een moment waarop je verrast was door iets wat je CEO / manager zei?

Was er ooit een moment waarop je voelde dat er iets veranderd was en dat er daarna niets meer hetzelfde was?

Wat was volgens jou het keerpunt in je denken over deze kwestie?

Kun je ons iets vertellen over een kritiek moment tijdens de onderhandelingen over [...]?

Benaderingen mengen in één vraag

Je kunt proberen om verschillende benaderingen te combineren in één vraag. Dit kan nuttig zijn omdat het mensen meerdere subtiele aanwijzingen geeft dat je op zoek bent naar verhalen.

Bronnen

- Boyd, B. (2009), *On the Origin of Stories: evolution, cognition and fiction*. Harvard University Press. ISBN 978-0-674-05711-1
- Brown, B. (2012), *Daring Greatly*, Penguin Books. ISBN 978-0-670-92354-0
- Frühmann, P., Barel A., Dahlsveen H., Gavrilovici O. (2021) – *Common Ground Common Future* – International Theatre Books
- Frühmann, P., Frezza ,L., Broer, Y., Mogensen, L., Hamilton, J. (2016), *Raising Strong and Resilient Communities. A narrative and story approach to empower cooperation, cohesion and change in communities through non-formal education*. Storybag. ISBN 978-952-7076-34-7
- Gabriel Y. (1999), *Organizations in Depth, The Psychoanalysis of Organizations*. Sage Publications
- Gabriel, Y. (2000). *Storytelling in organizations: facts, fictions, and fantasies*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Gabriel Y., ed. (2004), *Myths, Stories and Organizations*, Oxford University Press
- Gottschall, J. (2013), *The Storytelling Animal: How Stories Make Us Human*, Mariner Books.
- Harari, Y.N. (2015), *Sapiens, A Brief History Of Humankind*, Anchor Books.
- Kahneman D. (2013), *Thinking Fast and Slow*, Farrar, Straus & Giroux Inc
- Kurtz, C.F. (2014). *Working with Stories in Your Community or Organization*, Kurtz-Fernhout Publishing.
- Reitz S. & Livo N.J. (1986), *Storytelling : Process and Practice*. AbeBooks, ISBN 10: 0872874435 / ISBN 13: 9780872874435
- Simmons, A. (2019), *The Story Factor*, Basic Books

Boje D. M. (1991), The Storytelling Organization: A Study of Story Performance in an Office-Supply Firm, Vol. 36, No. 1, Mar., 1991, Administrative Science Quarterly. Published by: Sage Publications, Inc. on behalf of the Johnson Graduate School of Management, Cornell University. www.jstor.org/stable/i341349

Boyd, B. (2017), The evolution of stories: from mimesis to language, from fact to fiction. WIREs Cogn Sci 2017, e1444. doi: 10.1002/wcs.1444)

Bruner, J. (2004), Life as Narrative, social research Vol 71 : No 3 : Fall 2004

Frühmann, P. (2016), Do we need a Perfect Language or Good Stories? An essay on language acquisition and use. In: Fictions XV-2016, Stories For Learning: Storytelling And Didactics (Tatsuki D., ed.). © Copyright 2016 by Fabrizio Serra editore, Pisa · Roma. ISBN 978-88-6227-886-7

Callahan S., The Ultimate Guide to Anecdote Circles, Free e-book. Acquired 2014

Costello, P. (2017) - <http://storywise.com/index.php/2017/12/18/notes-on-listening/>

De Beaugrande, R. (2005), The Story of Grammars and The Grammar of Story; Journal of Pragmatics 6 (1982) 383-422. From an uploaded internet version in 2006, 'polished for upload' by De Beaugrande (2005) that does not seem to be available anymore. We have a copy of the 'polished' version for those interested. The original article is available here: www.sciencedirect.com/science/article/pii/0378216682900145

Frühmann P., Frezza L., (Eds.) (2019), StoryTeller, Universal Methodology for Professionals. Erasmus+. Download available on: www.learnstorytelling.eu

Saltmarshe E. (2018), Using Story to Change Systems. Stanford Social Innovation Review ssir.org/articles/entry/using_story_to_change_systems. Acquired February 2022

Schiff, B. (2012). The function of narrative: Toward a narrative psychology of meaning. Narrative Works: Issues, Investigations, & Interventions 2(1): 33-47.



*In ieder van ons schuilt een geboren
verhalenverteller die wacht om vrijgelaten
te worden*

*Robin Moore
Schrijver*



● Hoofdstuk 3



Co-funded by
the European Union





Het is tijd om al die theorie in praktijk te brengen! In dit gedeelte vindt je in totaal negen workshops die gekoppeld zijn aan de negen pijlers van diversiteit. Dit zijn instructive-activiteiten die je in je bedrijf in de praktijk kunt brengen om D&I-management aan te pakken. Deze negen workshops bevatten casestudies en richtinggevende vragen; how-to-gidsen, stap-voor-stap; didactische adviezen voor het faciliteren en leiden van storytellingworkshops; reflecties en aansporing tot actie op kaarten; plus motivatiemateriaal om de voorgestelde onderwerpen verder uit te diepen.

Workshops and tools

Leeftijd.....	48
Cultuur.....	56
Ethniciteit.....	64
Gender.....	72
Neurodiversiteit.....	80
Lichamelijke beperking.....	88
Racisme.....	96
Religie en spiritualiteit.....	104
Sociaal.....	112



LEEF TIJD

Naast chronologische leeftijd (tijd sinds de geboorte) zijn er ook andere concepten van leeftijd ontstaan. Onderzoekers suggereren dat individuen met dezelfde chronologische leeftijd bijvoorbeeld kunnen verschillen in termen van hun subjectieve leeftijd, hun functionele gezondheid of hun organisatorische leeftijd (d.w.z. loopbaanfase). Leeftijdsmangement is een term die vaak wordt gebruikt om goede praktijken of relevante strategieën te beschrijven, met name om leeftijdsdiscriminatie tegen te gaan.

Toegankelijke werkplekken creëren

SONNENTOR Kräuterhandels GmbH is een distributeur van biologische kruiden, specerijen en thee met een sterk internationaal merk, gevestigd in Oostenrijk. In totaal werken er 500 mensen bij SONNENTOR, met een gemiddelde leeftijd van 39 jaar. Leeftijdsmangement, gezondheidsmaatregelen en werknemersparticipatie maken deel uit van hun filosofie.

Het bedrijf nam tussen 2019 - 2020 deel aan het Age Management Masterclass project en paste leeftijdsmangementmaatregelen toe met drie hoofddoelen: 1. oudere werknemers aan het werk houden, zodat hun ervaring, vaardigheden en competenties niet verloren gaan; 2. jongere werknemers aantrekken en jongere werknemers laten profiteren van de ervaring van oudere werknemers; 3. ziekteverzuim terugdringen.

Volgens hun HR-manager was dit een zeer succesvol proces. Onder de genomen maatregelen was de mogelijkheid aan gepensioneerde werknemers om marginaal parttime te werken; in de kantoren zijn inspanningen gedaan om de ergonomische situatie van werknemers te verbeteren; mentorschap tussen generaties; gezondheidsbevorderende activiteiten op de werkplek en nog meer.

De deelname van werknemers aan de maatregelen had de hoogste prioriteit. Werknemers worden altijd geraadpleegd over de initiatieven die worden genomen en konden ook nu hun inbreng geven. Er wordt een mix van formele en informele communicatiekanalen gebruikt, zoals de werknemersenquête en respectvol contact tussen de personeelsafdeling en de werknemers, allemaal in een ontspannen sfeer. Bovendien kunnen werknemers elk probleem op elk moment bij het management aankaarten en weten ze dat ze gesteund zullen worden.

- *Heb je zelf uitdagingen of kansen ervaren met betrekking tot leeftijdsmangement in je carrière? Kunt u een voorbeeld geven?*
- *Ben je misvattingen of stereotypen over leeftijd en werk tegengekomen? Hoe werden ze aangepakt en wat was het effect?*
- *Kun je je een persoonlijk moment herinneren waarin je iets belangrijks leerde van een veel oudere vriend/familie lid?*
- *Kun je je een persoonlijk voorval herinneren waarin je iets belangrijks leerde van een veel jongere vriend/familie lid?*
- *Kun je je een situatie herinneren waarbij de overdracht van kennis en expertise van oudere naar jongere werknemers heeft geleid tot significante verbeteringen of doorbraken binnen een team of organisatie?*

Workshop 1

Bewustzijn van de generaties

Door deel te nemen aan deze activiteit kunnen deelnemers een beter begrip krijgen van generatiediversiteit, stereotypen ontkrachten en werken aan een meer inclusieve en harmonieuze werkomgeving. Deze workshop is bedoeld om begrip, empathie en effectieve communicatie tussen verschillende generaties op de werkplek te bevorderen.

Stap1 Inleiding: begin de workshop met de introductie van het concept van generatiediversiteit op de werkplek. Leg uit dat verschillende generaties, zoals babyboomers, generatie X, millennials en generatie Z, verschillende kenmerken hebben die zijn gevormd door hun unieke ervaringen, sociale context en technologische vooruitgang.

Stap2 Groepsgesprek: verdeel de deelnemers in kleine groepen en zorg ervoor dat elke groep vertegenwoordigers van verschillende generaties heeft. Wijs elke groep een specifieke generatie toe. Moedig hen aan om hun kennis en opvattingen over die generatie te delen, inclusief zowel positieve als negatieve stereotypen die ze zijn tegengekomen of hebben gehoord.}

Stap3 Over stereotypen brainstormen: geef elke groep een groot vel papier of een whiteboard. Vraag hen om de stereotypen op te schrijven die geassocieerd worden met de aan hen toegewezen generatie. Moedig hen aan om zoveel mogelijk stereotypen te bedenken, zonder oordeel of kritiek.

Stap4 Nadenken over stereotypen: na de brainstormsessie de groep opnieuw bijeenroepen en de stereotypen bespreken die door elke groep zijn geïdentificeerd. Analyseer hoe deze stereotypen de dynamiek op de werkplek, de communicatie en de samenwerking tussen generaties kunnen beïnvloeden.

Stap5 Persoonlijke ervaringen: nodig deelnemers uit om persoonlijke verhalen of ervaringen met betrekking tot generatiestereotypen te delen. Stimuleer een open dialoog en respectvolle communicatie om begrip en empathie te kweken onder de deelnemers.

Didactisch advies

- ❑ **Creëer een veilige en inclusieve omgeving:** zet vanaf het begin de toon door het belang van een veilige en inclusieve ruimte te benadrukken. Moedig deelnemers aan om hun gedachten en ervaringen openlijk te delen, zodat iedereen zich gerespecteerd en gewaardeerd voelt.
- ❑ **Faciliteer actieve deelname:** treed op als een facilitator in plaats van een docent. Moedig actieve deelname van alle deelnemers aan door open vragen te stellen, voldoende tijd voor discussie te geven en iedereen gelijke kansen te geven om een bijdrage te leveren.
- ❑ **Stimuleer dialoog en reflectie:** stimuleer een cultuur van dialoog en reflectie tijdens de workshop. Moedig deelnemers aan om actief te luisteren, verhelderende vragen te stellen en hun perspectieven te delen. Bied mogelijkheden voor individuele reflectie op persoonlijke opvattingen en vooroordelen.
- ❑ **Zorg voor evenwichtige informatie:** wanneer je generatiekenmerken of stereotypen introduceert, presenteer dan een evenwichtig beeld dat zowel positieve als negatieve aspecten onderkent. Benadruk dat individuen binnen elke generatie een breed scala aan gedragingen en overtuigingen kunnen vertonen en dat stereotypen niet universeel mogen worden toegepast.
- ❑ **Stimuleer samenwerking:** bevorder samenwerking en interactie tussen deelnemers van verschillende generaties. Moedig hen aan om in verschillende groepen te werken, ervaringen te delen en van elkaar te leren. Dit bevordert empathie, doorbreekt barrières en stimuleert begrip tussen generaties.
- ❑ **Follow-up en ondersteuning:** bied ondersteuning na de workshop door extra bronnen, leesmateriaal / handouts of online communities aan te bieden waar deelnemers hun leerproces kunnen voortzetten en verdere begeleiding kunnen zoeken.

Reflecties en actiekaarten

Faciliteer een groepsdiscussie gericht op het ontkrachten of uitdagen van de eerder geïdentificeerde stereotypen. Moedig de deelnemers aan om deze veronderstellingen in twijfel te trekken en uit te dagen, door bewijs en tegenvoorbeelden te leveren die stereotypen kunnen ontkrachten. Benadruk het belang van het vinden van overeenkomsten en het voortbouwen op gedeelde waarden, ongeacht generatieverschillen. Moedig deelnemers aan om de sterke punten en unieke perspectieven van elke generatie op de werkvloer te erkennen.

Open dialoog stimuleren

Moedig deelnemers aan om een open dialoog te blijven voeren en actief te luisteren naar collega's van verschillende generaties.

Moedig hen aan om verschillende perspectieven te zoeken, aannames in twijfel te trekken en een gemeenschappelijke basis te vinden wanneer ze samenwerken.

Stereotypen doorbreken

Moedig deelnemers aan om actief generatiestereotypen op hun werkplek uit te dagen en te doorbreken

Stimueer ze om anderen te informeren over de bijzonderheden en individualiteit van elke generatie, om zo een meer inclusieve en begripvolle werkomgeving te bevorderen.

Mentorschap tussen generaties bevorderen

Moedig leiders en besluitvormers aan om de waarde van generatiediversiteit in besluitvormingsprocessen te erkennen.

Benadruk de voordelen van zowel traditioneel mentorschap (oudere generatie die jongere generatie mentor) als omgekeerd mentorschap (jongere generatie die oudere generatie mentor) om het delen van kennis en wederzijds leren te vergemakkelijken.

Integreer generatiediversiteit in de besluitvorming

Moedig leiders en beslissers aan om de waarde van generatiediversiteit in besluitvormingsprocessen te erkennen.

Pleit voor een diverse vertegenwoordiging in teams, commissies en projectgroepen om de unieke perspectieven en inzichten van verschillende generaties te benutten.

Training en HR-beleid

Pleit voor doorlopende trainings- en ontwikkelingsprogramma's die generatiediversiteit op de werkplek aanpakken. Moedig organisaties aan om te investeren in workshops, seminars of online bronnen die begrip en samenwerking tussen generaties bevorderen.

Stel voor om het HR-beleid te herzien om ervoor te zorgen dat het inclusief is en rekening houdt met generatieverschillen. Beleid met betrekking tot de balans tussen werk en privé, flexibele werkregelingen, technologische vooruitgang en loopbaanontwikkeling moet worden geëvalueerd om tegemoet te komen aan de behoeften en verwachtingen van verschillende generaties.

Deel succesverhalen

Moedig deelnemers aan om succesverhalen of 'best practices' van hun werkplek met betrekking tot generatiediversiteit en samenwerking te delen. Vier en benadruk deze voorbeelden om anderen te inspireren en het positieve effect van het overbruggen van generatiekloven te laten zien.

We hebben zoveel vooruitgang geboekt op andere gebieden - burgerrechten, homorechten - maar leeftijdsdiscriminatie is nog steeds een onderwerp waar een taboe op rust en waar niet over wordt gepraat.

Madonna

Motivatiemateriaal



[Imagine a world without ageism:](#)



[How generational stereotypes hold us back at work, Leah Georges](#)



[2022 Generation names explained](#)

Referenties

Defining Age and Using Age-Relevant Constructs (Schwall, 2012)

[/www.researchgate.net/publication/286042679_Defining_Age_and_Using_Age-Relevant_Constructs](http://www.researchgate.net/publication/286042679_Defining_Age_and_Using_Age-Relevant_Constructs)

Age Management Masterclass Project

www.amm-project.eu/example-19-aqe/

Project LearnGen: Intergenerational Mentoring and Learning in the Workplace

learngen.eu/



CULTUUR

De activiteit van het delen van verhalen en overkoepelen narratieven die de waarden, overtuigingen en gewoonten van een bepaalde cultuur of gemeenschap vastleggen, staat bekend als culturele vertelkunst. Het kan zich op verschillende manieren manifesteren, bijvoorbeeld door mondelinge overlevering, schrijven, schilderen, muziek en andere vormen van creatieve expressie. Culturele verhalen kunnen ook merkidentiteit versterken en empathie, respect en vertrouwen bevorderen. Het helpt bedrijven om interne en externe perspectieven te begrijpen en hun strategieën daarop aan te passen.

Galp Energy, verhalen en interne communicatie

Galp is een gespecialiseerd bedrijf in de energiesector dat inkoop- en handelsactiviteiten uitvoert voor olieproducten, gas en elektriciteit. Het bedrijf houdt zich bezig met de exploitatie en distributie van benzine, olie, aardgas, raffinaderijen, tankstations en elektriciteit. Er werken ongeveer 17.300 mensen.

Verhalen die onthullen wat er speelt in een organisatie en die een cultuur en die het delen van ervaringen stimuleren, creëren betrokkenheid en dialoog die een impact kunnen hebben op het veranderen van gewoonten en gedrag. Media Shots werkte samen met het marketingteam van het Portugese bedrijf Galp Energia aan de totstandkoming van individuele verhalen, die bij het verkennen van nieuwe wegen in de interne communicatie, hen tools gaven voor het maken van content en de deelnemers lieten nadenken over hun reis en rol binnen het bedrijf.

Testimonials:

Vaak hebben we in organisaties een onderontwikkelde creatieve kant en zijn we erg afhankelijk van adviesbureaus. Vandaag de dag is het belangrijk om interne vaardigheden te ontwikkelen om betekenisvolle content te kunnen creëren. We werkten samen met Media Shots om het marketingteam te helpen schrijfvaardigheden te ontwikkelen, verhalen te leren vertellen en beter te leren communiceren.

Isabel Calado, Marketingdirecteur bij GALP Energia

- *Hoe kan storytelling bijdragen aan het creëren van een cultuur van delen van ervaringen, van betrokkenheid en dialoog binnen een organisatie?*
- *Hoe denk je dat individuele verhalen kunnen helpen om nieuwe mogelijkheden in interne communicatie te verkennen?*
- *Op welke manieren kan leren over storytelling en het maken van content leiden tot persoonlijke en professionele groei voor mensen op het werk?*
- *Hoe kan het gebruik van individuele verhalen in interne communicatie de bedrijfscultuur, gewoonten en gedragingen beïnvloeden?*
- *Wat is jouw verhaal binnen het bedrijf waar je momenteel werkt?*

Workshop 2

Een sterke organisatiecultuur

Het doel van deze workshop is om deelnemers de vaardigheden en kennis bij te brengen die nodig zijn om storytelling te gebruiken als middel om een bedrijfscultuur vorm te geven. Aan het eind van deze workshop zijn de deelnemers in staat om: Een sterker gevoel van gemeenschap en samenwerking binnen het bedrijf te creëren, wat leidt tot meer betrokkenheid en productiviteit; bedrijfswaarden en overtuigingen af te stemmen op het gedrag van werknemers, wat resulteert in een meer hecht en eensgezind team; actie te inspireren en motivatie te stimuleren door verhalen te delen die het doel en de missie van het bedrijf uitdragen.

Stap1 Inleiding tot storytelling en bedrijfscultuur: definieer storytelling en het belang ervan bij het vormgeven van de bedrijfscultuur; bespreek de voordelen van het gebruik van storytelling op de werkplek en verken verschillende soorten verhalen en hun relevantie voor de bedrijfscultuur.

Stap2 Verhalen ontwikkelen over de bedrijfscultuur: de belangrijkste bedrijfswaarden, overtuigingen en gedragingen identificeren die via storytelling moeten worden overgebracht; oorsprongsverhalen, succesverhalen en op waarden gebaseerde verhalen ontwikkelen en uitwerken die aansluiten bij de bedrijfscultuur. Verhalen delen en verfijnen in kleine groepen.

Stap3 Verhalen effectief overbrengen en delen: best practices leren voor het overbrengen van verhalen, inclusief het gebruik van humor, emotie en visuele hulpmiddelen; oefenen met het overbrengen van verhalen aan de groep en feedback krijgen; verschillende media verkennen voor het delen van verhalen, zoals video, foto's, podcast of geschreven versies.

Stap4 Storytelling gebruiken om de bedrijfscultuur vorm te geven: bespreken hoe storytelling kan worden gebruikt om de bedrijfscultuur vorm te geven en een gevoel van gemeenschap, samenwerken en vertrouwen te creëren; casestudies onderzoeken van bedrijven die storytelling met succes hebben gebruikt om hun cultuur vorm te geven; brainstormen over manieren om storytelling in de bedrijfscultuur op te nemen.

Stap5 Actieplanning en volgende stappen: ontwikkel een actieplan voor het gebruik van storytelling om de bedrijfscultuur vorm te geven en te versterken; identificeer de belangrijkste volgende stappen en bronnen voor het implementeren van storytelling op de werkplek en deel ideeën en feedback met de groep.

Didactisch advies

- ❑ **Trek de aandacht van de deelnemers** met een krachtige opening die de toon zet. Deel een persoonlijk verhaal of een tot nadenken stemmende vraag met betrekking tot de bedrijfscultuur. Dit betreft deelnemers en bevordert een positieve leeromgeving.
- ❑ **een mix van trainingsmethoden:** gebruik een mix van lezingen, groepsactiviteiten en hands-on oefeningen om ervoor te zorgen dat deelnemers actief betrokken zijn bij het leerproces. Zorg ervoor dat de workshop dynamisch en interactief is.
- ❑ **Gebruik praktijkvoorbeelden:** laat aan de hand van casestudies zien hoe andere bedrijven storytelling hebben gebruikt om hun cultuur vorm te geven en hun doelen te bereiken. Dit helpt deelnemers om de praktische waarde van storytelling op de werkplek in te zien en geeft hen concrete voorbeelden om te volgen.
- ❑ **Stimuleer actieve deelname:** door vragen te stellen, feedback te vragen en groepsdiscussies te faciliteren. Dit creëert een collaboratieve leeromgeving en moedigt deelnemers aan om hun ideeën en ervaringen te delen. Zorg ervoor dat alle deelnemers bijdragen en dat alle stemmen worden gehoord.
- ❑ **Geef constructieve feedback:** geef feedback tijdens oefeningen, focus op sterke punten en verbeterpunten en geef voorbeelden.
- ❑ **Sluit af met een oproep tot actie** om nieuwe vaardigheden toe te passen en storytelling te integreren in de bedrijfscultuur. Bied bronnen aan om verder te leren.

Reflecties en actiekaarten

Om een positieve interne cultuur te bevorderen en de betrokkenheid en tevredenheid van werknemers te verbeteren, is het cruciaal om open en eerlijke communicatie binnen het bedrijf aan te moedigen. Als facilitator is het belangrijk om ervoor te zorgen dat werknemers zich op hun gemak voelen om hun perspectieven en feedback te delen en om hun inbreng serieus te nemen. Door feedback van werknemers prioriteit te geven en de nodige veranderingen door te voeren, kunnen bedrijven een meer inclusieve en coöperatieve werkomgeving creëren, wat leidt tot een hogere betrokkenheid en meer succes.

Kernwaarden en boodschappen identificeren

Stel de belangrijkste culturele waarden en boodschappen vast die werknemers op één lijn zouden kunnen brengen met het bedrijf en verwerk deze in storytelling.

Verhalen van medewerkers verzamelen

Verzamel verhalen van medewerkers die de impact van hun werk en het bedrijf als geheel benadrukken

Creëer een verhaal: gebruik de verhalen die je van medewerkers hebt verzameld om een verhaal te creëren dat het belang van de bedrijfscultuur overbrengt om vooruitgang te boeken.

Verhalen intern en extern delen

Deel de verhalen extern via sociale media, persberichten of andere kanalen om de merkbekendheid en de betrokkenheid bij belanghebbenden te vergroten

Deel de verhalen die je verzamelt en het verhaal dat je creëert met medewerkers in de hele organisatie om de betrokkenheid en het begrip te vergroten.

Vraag om feedback

Stimuleer feedback van medewerkers en belanghebbenden met betrekking tot storytelling-inspanningen om ervoor te zorgen dat je boodschappen aanslaan bij je doelgroepen.

Blijf je verbeteren

Gebruik visuals zoals foto's, infografieken of video's om de impact van je verhalen te vergroten.

Gebruik feedback en gegevens om je inspanningen op het gebied van storytelling voortdurend te verbeteren en ervoor te zorgen dat ze effectief de (cutuur) problemen van het bedrijf aanpakken.

Vier je successen

Vier successen onderweg om de vaart erin te houden en aan te moedigen tot continue acties.



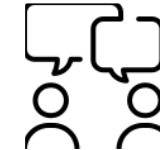
Kort het verhaal in

- Kies een verhaal om met je groep te delen en daag ze uit om de noodzakelijke componenten van de overige componenten te scheiden.
- Denk na over de kern van het verhaal. Wat is het onderwerp van dit verhaal? Onderzoek het skelet van het verhaal.
- Procedure: Na het vertellen van een verhaal moedigt de begeleider de groep aan om het als volgt samen te vatten:
 - 7 zinnen in 10 min
 - 3 zinnen in 5 min
 - 1 zin in 1 min
- De laatste zijn wordt aan de groep gepresenteerd door de deelnemers die eerder in kleinere groepen waren verdeeld.



Een ander perspectief

- Gebruik je creativiteit door het verhaal opnieuw te vertellen, een paar kleine veranderingen aan te brengen en gloednieuwe details toe te voegen.
- Verdeel de groep in tweetallen.
- Procedure:
 - A kiest een bekend verhaal. A vertelt het vanuit het perspectief van een ander personage in het verhaal. Dat kan een persoon zijn, maar ook een dier, een ding of iets uit de natuur zoals een rivier of een boom.
 - A en B schrijven samen dat nieuwe verhaal. Tijd daarvoor: 10 minuten.
- The group hears the participants' stories for another 10 minutes.



5:3:3:3

- Geef de groep een verhaal.
- Vraag hen om een lijst te maken van
 - 5 acties
 - -3 argumenten
 - -3 voorwerpen
 - -3 emoties
- uit het verhaal dat ze net hebben gehoord
- Twee mogelijkheden:
 - A) Met die lijst moet elk tweetal een nieuw verhaal verzinnen en schrijven.
 - B) Elk tweetal verzamelt de acties, argumenten voorwerpen en emoties om een verhaal te vertellen met behulp van fotografie of video (ze moeten een story board bedenken. Ze kunnen sommige of alle elementen gebruiken om het verhaal op te stellen).

Bronnen

Change the Story, Change the System: Tips for Narrative Change Funders and Practitioners

gulbenkian.pt/uk-branch/change-the-story-change-the-system-tips-for-narrative-change-funders-and-practitioners/

How Internal Storytelling Impacts Company Culture

www.convinceandconvert.com/digital-marketing/storytelling/

Lead with a Story: A Guide to Crafting Business Narratives That Captivate, Convince, and Inspire

www.amazon.com/Lead-Story-Crafting-Narratives-Captivate/dp/0814420303?asin=0814420303&revisionId=&format=4&depth=1

Organizational Storytelling Case Study: Dell Technologies

storiesincorporated.com/case-study/organizational-storytelling-case-study-dell-technologies/

Running your own storytelling workshop

medium.com/kinandcartacreated/running-your-own-storytelling-workshop-f7f414390c77

Seven digital storytelling tips for the cultural heritage sector

medium.com/digital-storytelling-festival/7-digital-storytelling-tips-for-the-cultural-heritage-sector-8e701a439dd6

Storytelling in the Wild – A Guide for Culture-Shifting Storytelling in Natural Settings

www.unhcr.org/innovation/storytelling-in-the-wild-a-guide-for-culture-shifting-storytelling-in-natural-settings/

Storytelling with Data: A Data Visualization Guide for Business Professionals

www.amazon.com/Storytelling-Data-Visualization-Business-Professionals/dp/1119002257?asin=1119002257&revisionId=&format=4&depth=1

Training Material Storytelling to foster cooperation and inclusion

ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-result-content/92a984e7-4638-4402-a9dc-656811381118/IO4_StoryRegions_Training material.pdf

Why Storytelling is Important for Culture (Fully Explained)

brilliantio.com/why-storytelling-is-important-for-culture/



ETNICITEIT

Etniciteit beschrijft gemeenschappen of groepen mensen met onderscheidende sociale, culturele en gedragskenmerken die hen onderscheiden van anderen in hetzelfde of een ander land of maatschappij. De leden delen dezelfde taal, hebben vergelijkbare levenswijzen en een gemeenschappelijke geschiedenis, bewaren tradities en gewoonten, identificeren zichzelf als leden van die etnische groep en hebben vaak een gemeenschappelijke genetische afkomst.

Etnische discriminatie bij sollicitaties

Als sollicitanten per ongeluk een interne e-mail ontvangen waarin staat dat je naam, Quassim, niet geschikt lijkt voor die functie, is dat een flagrant voorbeeld van etnische beroepsdiscriminatie. En ondanks alle beleidsmaatregelen en programma's om het tegen te gaan, neemt het alleen maar toe. In een recent onderzoek (2022) stuurden socioloog Bram Lancee van de Universiteit van Amsterdam en zijn team 20.000 fictieve sollicitatiebrieven naar bestaande vacatures, met daarin meer dan 50 verschillende etnische achtergronden.

De brieven varieerden in afzender, foto en beschrijving van persoonlijke kenmerken, maar kwamen overeen in vaardigheden, kwalificaties en briefkwaliteit. Etnische en religieuze achtergrond verwerkten de onderzoekers subtiel in de naam van de sollicitant en in iemands activiteiten, bijvoorbeeld vrijwilligerswerk voor een moslimorganisatie. Of in de brief zelf, met een zin als "Mijn familie komt oorspronkelijk uit Marokko, maar ik ben geboren in Tilburg en heb al mijn onderwijs in Nederland genoten. De onderzoekers stuurden de brieven naar vacatures voor zes beroepsgroepen variërend van weinig en veel klantcontact, zoals softwareontwikkelaars versus receptionisten.

Dit grote veldexperiment leverde een verontrustend beeld op. "In Nederland hadden mensen met een niet-Nederlandse achtergrond gemiddeld 20% meer kans om 0 reacties op hun brief te krijgen," legt Lancee uit. "En als we het uitsplitsen naar etnische achtergrond, zien we dat sollicitanten met een Ethiopische, Oegandese, Pakistaanse of Marokkaanse achtergrond gediscrimineerd worden. Zij moeten meer dan twee keer zoveel brieven schrijven voordat ze worden uitgenodigd voor een gesprek. Vergelijk dat eens met een Duitse sollicitant (óók buitenlander), die minder dan het gemiddelde hoeft te versturen..."

- Denk je dat dit in alle Europese landen voorkomt?
- Ben je ooit afgewezen op basis van je etnische achtergrond?
- Betrap je jezelf er soms op dat je anderen wantrouwt vanwege hun etnische uiterlijk?
- Wat weet je over de rekruteringscriteria van je organisatie?
- Wat is belangrijker: een goede kwalificatie of 'een goede stamboom'?

Workshop 3

Eerste indrukken

De onderwerpen die we hier willen behandelen zijn stereotypering en hoe we veronderstellingen maken over mensen op basis van schaarse informatie. De doelstellingen van deze workshop zijn om te vergelijken hoe mensen verschillen in hun eerste indrukken van anderen; om te onderzoeken hoe onze ervaringen uit het verleden onze eerste indrukken kleuren; om ons meer bewust te worden van hoe onze indrukken ons gedrag ten opzichte van anderen beïnvloeden. Deze workshop duurt 30 minuten, plus een uur om te bespreken en conclusies te trekken. Ideaal voor groepen van 4-12 personen. Deze workshop vereist voorbereiding van de begeleider, waaronder het selecteren van foto's uit tijdschriften van mensen met interessante/verschillende/opvallende gezichten. Knip de gezichten uit en plak ze bovenaan een vel papier, met voldoende ruimte eronder. Je moet één vel per deelnemer klaarleggen en voor potloden zorgen, één per persoon.

Stap1 Vraag de deelnemers in een kring te gaan zitten en geef iedereen een blad.

Stap2 Vraag hen naar de foto te kijken en hun eerste indruk van de persoon onderaan de pagina op te schrijven. Vraag hen dan om de onderkant van het papier om te slaan om te verbergen wat ze hebben geschreven en het blad door te geven aan de volgende persoon.

Stap3 Vertel de deelnemers om naar het tweede plaatje te kijken en hun eerste indruk moeten opschrijven onder aan de pagina, net boven de omslag, dat ze dan de onderkant van het papier weer omhoog moeten vouwen om te verbergen wat ze hebben opgeschreven en het door te geven. Herhaal dit tot de bladen rond de cirkel zijn geweest en iedereen elk blad heeft gezien.

Stap4 Laat ze nu de papieren openvouwen en laat iedereen de verschillende 'eerste indrukken' vergelijken.

Stap5 Bespreek wat er is gebeurd en wat men heeft geleerd. Gebruik de volgende vragen voor het nabespreken:

Als groep, welke verrassingen waren er? Waarop baseerde je je eerste indruk? Beschrijf en vertel over de gevallen waarin je een totaal verkeerde eerste indruk van iemand had. Wat gebeurde er daardoor? Wat leerde deze activiteit ons over onszelf?

Didactisch advies

- ❑ **Instructies:** zorg voordat je begint dat iedereen de instructies begrijpt. Het is handig om te demonstreren waar de spelers moeten schrijven en hoe ze de onderkant van het papier naar boven moeten draaien.
- ❑ **Materialen:** laat de papieren snel rondgaan, laat mensen niet te lang nadenken. Je wilt hun eerste indrukken.
- ❑ **Beeldkeuze:** vermijd het kiezen van afbeeldingen van bekende mensen of beroemdheden.
- ❑ **Inclusieprincipes:** probeer een grote verscheidenheid aan mensen te betrekken, waaronder mensen van verschillende leeftijden, geslachten en etnische groepen.
- ❑ **Feedback:** wees voorbereid op heftige discussies over houdingen, afhankelijk van de groepsgrootte zijn opmerkingen niet altijd anoniem.
- ❑ **Zorg voor respect:** laat spelers elkaar niet bekritisieren om hun mening, maar concentreer de discussie op het eigenlijke commentaar.
- ❑ **Variaties:** een alternatieve methode die goed te gebruiken is als je een grote groep hebt, is om de foto's te kopiëren naar een Powerpoint op een scherm. Vraag elke deelnemer om zijn eerste indruk op een genummerd strookje papier te schrijven, verzamel de strookjes na elke ronde en lees ze aan het eind voor.

Reflecties en actiekaarten

In sommige contexten is etniciteit een "politiek correcte" term die staat voor het woord "ras", dat minachtende associaties kan hebben. Dit wetend worden we uitgedaagd om vooroordelen, intolerantie en angst te overwinnen. Het is zowel een uitnodiging als een uitdaging om onze ethische grenzen te verkennen. Alle gemeenschappen hebben grenzen; een fysieke grens die aangeeft wie binnen en wie buiten is. Sommige gemeenschappen proberen hun grenzen niet te bewaken - individuen mogen deelnemen of vertrekken wanneer ze maar willen. Andere hebben overgangsrutuelen (voor nieuwkomers en/of vertrekkenden), zoals een sollicitatie (of exit) gesprek. De meeste organisaties bewaken hun grenzen en hebben 'bewakers' (je mag zelf invullen wie dat zijn) om 'zwerfers' buiten te sluiten.

Voorrechten herkennen en begrijpen

Laat deelnemers hun eigen privileges herkennen en begrijpen. Etnische en raciale privileges spelen zich af in sociale, politieke, economische en culturele omgevingen.

Vooroordelen onderzoeken

Laat ze hun vooroordelen onderzoeken. Waar komen ze vandaan? Hun vroege opvoeding, gesprekken aan tafel? Op school, van leeftijdsgenoten? Sociale media? Mensen die ze vertrouwen (en wie zijn deze mensen)? Verhalen en narratieve benaderingen kunnen in al deze stadia worden gebruikt.

De beste manier om etnische discriminatie (en raciale onrechtvaardigheid) te begrijpen is door te luisteren naar verhalen van mensen die het hebben meegemaakt of nog steeds meemaken. Aangezien etniciteit en racisme elkaar op veel manieren overlappen en soms met elkaar verward worden, zijn de suggesties die we deden in het onderdeel over racisme ook hier van toepassing.

Dominante narratieven en intolerantie uitdagen

Daag 'tolerantie' uit, die is vaak niet veel meer dan onverschilligheid.

Daag grappen, uitspraken of verhalen uit die vooroordelen en vooringenomenheid in stand houden en normaliseren. Zoek of ontwikkel tegen- of alternatieve verhalen en vertellingen.

iciteit zou ons moeten verrijken; het zou ons tot een uniek volk moeten maken in onze diversiteit en niet gebruikt moeten worden om ons te verdelen. Ellen Johnson Sirleaf

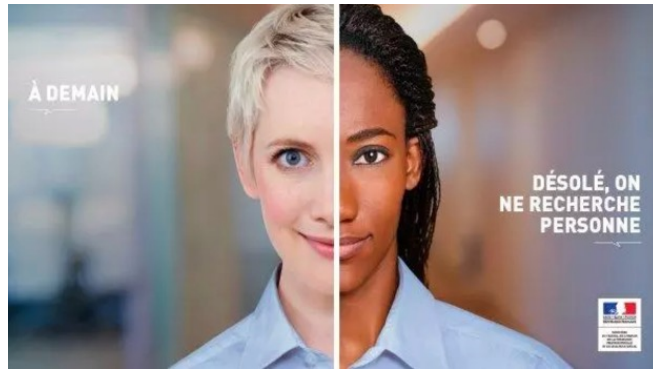
Motivatiemateriaal



[Apple, inclusion and diversity](#)



[Centre on dynamics of Ethnicity: The effects of racism at work](#)



"Tot morgen", is de boodschap voor de blanke, blondharige vrouw links, terwijl de zwarte vrouw in de andere helft van de foto te horen krijgt: "Sorry, we zijn niet op zoek naar iemand."



"Welkom bij het team", krijgt het blanke gezicht links te horen, terwijl het Noord-Afrikaanse gezicht rechts wordt afgescheept met: "We nemen contact met je op."



"Je kunt maandag beginnen," staat er links, terwijl er rechts staat: "Je hebt niet het juiste profiel."

Andrea Keller / Zula Bekele

Personal Information
 Name: Andrea Keller / Zula Bekele
 Address: Rue des Alpes 15, 1700 Fribourg
 Telephone: +41 78 123 45 67
 Email: andrea.keller@example.com / zula.bekele@example.com
 Civil status: Single
 Date of birth: 28.08.1990
 Place of birth: Fribourg
 Nationality: Swiss / Eritrean, C-Permit

Work Experience
 Since 2014 **Personal Assistant**
 Aavis Victoria Holding, Fribourg :
 • Organisation and Preparation of Business Presentations
 • Managing Travel Arrangements
 • Minute Taking
 • Correspondence in English, German and French
 • Managing Expense Accounts.
 2012-2014 **Secretary Receptionist**
 Helvetia Versicherungen, Generalagentur, Bern :
 • Reception and telephone duties
 • Typing Correspondence and managing appointments for the Director
 • Filing and managing the company archive
 2009-2012 **Secretary Trainee**
 Helvetia Versicherungen, Generalagentur, Bern

Education
 2013 **Certified Assistant to the Manager**
 Extraoccupational Training
 HSD Wirtschaftsschule, Bern
 2012 **Professional Presentations using Power Point**
 Migros-Clubschule, Fribourg
 2009-2012 **Vocational Diploma**
 Berufsschule für Verwaltung, Bern

Language and IT Skills

German	Native speaker	MS Office (Word, Excel, PowerPoint)	Proficient
Arabic	Native speaker	MS Access	Basic Knowledge
French	Fluent	Adobe InDesign	Basic knowledge
English	Fluent		

Interests
 Team Sports (active Volley Ball Player), Cycling, Photography (Travel and landscape)

Andrea Keller | Rue des Alpes 15 | 1700 Fribourg | +41 78 123 45 67 | andrea.keller@example.com
 Zula Bekele | Rue des Alpes 15 | 1700 Fribourg | +41 78 123 45 67 | zula.bekele@example.com

Sticky Notes:
 - Name: Female? * Swiss? * Foreign? *
 - Nationality: Swiss * Non-Swiss *
 - Photo: White * Black *
 - Date of birth: Young female *
 - Single: planning to have kids? *
 - Will customers accept a black person?
 - Talking with an accent?
 - Arabic: other language skills sufficient?
 - Arabic: potentially Muslim?
 - Able to speak Swiss German?

Uit een campagne tegen etnische discriminatie bij sollicitaties (Frans ministerie van Arbeid)

Bronnen

Frühmann, P., Frezza, L., Broer, Y., Mogensen, L., Hamilton, J. (2016), Raising Strong and Resilient Communities. A narrative and story approach to empower cooperation, cohesion and change in communities through non-formal education. Storybag. ISBN 978-952-7076-34-7. Available as pdf. Mail to: peter@storybag.nl

Kurtz, C.F. (2014). Working with Stories in Your Community or Organization, Kurtz-Fernhout Publishing.

Education Pack – All Different All Equal

book.coe.int/en/human-rights-democratic-citizenship-and-interculturalism/7234-education-pack-all-different-all-equal-ideas-resources-methods-and-activities-for-non-formal-intercultural-education-with-young-people-and-adults-3rd-edition.html

Bram Lancee (2021) Ethnic discrimination in hiring: comparing groups across contexts. Results from a cross-national field experiment, Journal of Ethnic and Migration Studies, 47:6, 1181-1200, DOI: 10.1080/1369183X.2019.1622744

How to Promote Racial Equity in the Workplace

hbr.org/2020/09/how-to-promote-racial-equity-in-the-workplace



GENDER

Gender verwijst naar de kenmerken van vrouwen, mannen, meisjes en jongens die sociaal geconstrueerd zijn. Dit omvat normen, gedragingen en rollen die geassocieerd worden met vrouw, man, meisje of jongen zijn, maar ook relaties met elkaar. Als sociale constructie verschilt gender van samenleving tot samenleving en kan het in de loop van de tijd veranderen. Gender staat in wisselwerking mét maar is verschillend ván geslacht, dat verwijst naar de verschillende biologische en fysiologische kenmerken van vrouwen, mannen en intersekse personen. Gender en seks zijn gerelateerd aan elkaar maar verschillen van genderidentiteit. Genderidentiteit verwijst naar iemands diep gevoelde, interne en individuele ervaring van gender, die al dan niet overeenstemt met de fysiologie of het aangewezen geslacht van de persoon bij de geboorte (WHO).

Pride Business Forum, Republiek Tsjechië

PBF schrijft op hun website: Wij zien diversiteit als een fundamenteel principe dat alle mensen - ongeacht individuele verschillen - in staat stelt om hun persoonlijke potentieel volledig te ontwikkelen. De vrijwillige toepassing van diversiteit - volgens het Europese Handvest voor Diversiteit - betekent het accepteren, ondersteunen en verder ontwikkelen van het talent van individuen. Als onderdeel van het Pride Business Forum hebben we onze krachten gebundeld om een initiatief op te zetten om zowel werkgevers te ondersteunen bij het implementeren van LGBT+ diversiteitsprincipes alsook werknemers bij hun inspanningen om ervoor te zorgen dat hun werkgevers een eerlijke aanpak hanteren voor iedereen. Ongeacht seksuele geaardheid en genderidentiteit. De vrijwillige toepassing van diversiteit - volgens het Europees Handvest voor Diversiteit - betekent het accepteren, ondersteunen en verder ontwikkelen van het talent van individuen.

Een van de oprichters van PBF, Jana Vychroňová (Diversity & Inclusion Manager bij Vodafone) zegt: Bij het Pride Business Forum hebben we een waardevolle partner gevonden voor LGBT+, wat onderdeel is van onze Diversity & Inclusion strategie. Deze meerjarige samenwerking heeft ons in staat gesteld om de problemen en situaties waarmee LGBT+ mensen op de werkvloer te maken hebben beter te begrijpen en heeft bijvoorbeeld geresulteerd in een verbetering van de voordelen op gebieden waar LGBT+ mensen te maken hebben met wettelijke discriminatie. We vinden het ook geweldig om samen te werken met andere bedrijven en te zoeken naar mogelijkheden voor wederzijdse inspiratie.

- *Hoe denk je dat je genderidentiteit je professionele reis en interacties met collega's heeft beïnvloed?*
- *Ben je op het werk uitdagingen of barrières tegengekomen die te maken hadden met je genderidentiteit? Hoe bent u daarmee omgegaan?*
- *Kun je een moment beschrijven waarop je iemand hebt gezien die verschillende genderidentiteiten op de werkvloer ondersteunde en er rekening mee hield?*
- *Zijn er specifieke (beleids)praktijken op de werkvloer die volgens jou zouden moeten worden ingevoerd of herzien om personen met verschillende genderidentiteiten beter te ondersteunen?*
- *Kun je een persoonlijke ervaring of anekdote delen over een keer dat je iemand moest informeren over genderidentiteit op het werk? Hoe verliep die interactie en wat was het resultaat?*

Workshop 4

Bewust zijn van genderidentiteit

Deze interactieve workshop is gericht op het creëren van bewustzijn en het bevorderen van begrip over genderidentiteitsdiversiteit op de werkplek. Deelnemers verkennen het belang van het bevorderen van een inclusieve omgeving en leren praktische strategieën voor het ondersteunen en respecteren van personen met verschillende genderidentiteiten. Door middel van discussies, casestudy's en groepsactiviteiten krijgen de deelnemers inzichten en handvatten om bij te dragen aan een meer rechtvaardige en accepterende werkomgeving.

Stap1 Introductie: verwelkom de deelnemers en zorg voor een veilige en inclusieve sfeer. Introduceer kort de doelstellingen van de workshop en het belang van diversiteit en inclusie op de werkplek. Moedig deelnemers aan om hun favoriete voornaamwoorden te gebruiken (als ze dat prettig vinden) om inclusiviteit te bevorderen.

Stap2 Inzicht in genderidentiteit: definieer de belangrijkste termen met betrekking tot genderidentiteit (bijv. genderidentiteit, cisgender, transgender, non-binair, enz.) en geef hand-outs met definities (zie Bonnen). Houd een korte groepsdiscussie over het concept van 'genderspectrum' en het belang van het erkennen en respecteren van verschillende genderidentiteiten.

Stap3 Onbewuste vooroordelen uitdagen: verdeel de deelnemers in kleine groepjes van 3-4 personen. Deel aan elke groep post its en pennen uit. Vraag elke groep om te brainstormen over vooroordelen en stereotypen die verband houden met genderidentiteit. Moedig hen aan om zowel positieve als negatieve stereotypen te overwegen. Voorbeelden: Wat zijn enkele stereotypen die geassocieerd worden met mannelijke en vrouwelijke werknemers? Zijn er aannames of vooroordelen met betrekking tot niet-binaire of transgender personen op de werkplek? Welke invloed hebben gendervooroordelen op loopbaanontwikkeling of besluitvormingsprocessen? Geef de groepen de opdracht om hun ideeën op te schrijven op afzonderlijke post its.

Stap4 Uitwisseling en discussie: vraag elke groep om één voor één hun ideeën te delen en hun aantekeningen op de flip-over of het whiteboard te plakken. Moedig de deelnemers aan om de redenering achter hun keuzes toe te lichten. Faciliteer een discussie door open vragen te stellen om de invloed van deze vooroordelen op individuen en de werkplek als geheel te onderzoeken.

Stap5 Actieplan: vraag elke deelnemer om ten minste één persoonlijk vooroordeel dat ze zouden willen uitdagen of veranderen op een apart post it teschrijven. Vraag de deelnemers om in kleine groepjes hun persoonlijke vooroordelen te delen en strategieën te bespreken om deze in hun dagelijkse werkinteracties uit te dagen en te overwinnen. Moedig hen aan om concrete stappen te zetten die ze individueel of gezamenlijk kunnen nemen om een meer inclusieve en vooroordelenvrije werkomgeving te creëren.

Stap6 Q&A en afsluiting: eventuele resterende vragen of zorgen van deelnemers bespreken. Vat de belangrijkste punten van de workshop samen. Herinner de deelnemers eraan dat het een continu proces is om vooroordelen en stereotypen te bestrijden en dat zij een cruciale rol spelen in het bevorderen van een ondersteunende werkomgeving. Spreek dankbaarheid uit en sluit de workshop af met een positieve noot.

Didactisch advies

- ❑ **Creëer een veilige en inclusieve omgeving:** zet vanaf het begin de toon door het belang van een veilige en inclusieve ruimte te benadrukken. Moedig deelnemers aan om hun gedachten en ervaringen openlijk te delen, zodat iedereen zich gerespecteerd en gewaardeerd voelt.
- ❑ **Faciliteer actieve deelname:** treed op als een facilitator in plaats van een docent. Moedig actieve deelname van alle deelnemers aan door open vragen te stellen, voldoende tijd voor discussie te geven en iedereen gelijke kansen te geven om een bijdrage te leveren.
- ❑ **Stimuleer dialoog en reflectie:** stimuleer een cultuur van dialoog en reflectie tijdens de workshop. Moedig deelnemers aan om actief te luisteren, verhelderende vragen te stellen en hun perspectieven te delen. Bied mogelijkheden voor individuele reflectie op persoonlijke vooroordelen en vooroordelen.
- ❑ **Pas inhoud en tempo aan:** beoordeel het niveau van bekendheid en kennis van deelnemers met betrekking tot diversiteit in genderidentiteit om de inhoud hierop aan te passen. Zorg ervoor dat de workshop in een gepast tempo verloopt, zodat er voldoende tijd is voor discussie en reflectie.
- ❑ **Respectvol en cultureel gevoelig zijn:** de diversiteit binnen de deelnemers aan de workshop erkennen en respecteren, inclusief de verschillende culturele perspectieven op genderidentiteit. Gebruik inclusieve taal tijdens de workshop en toon respect voor alle genderidentiteiten. Vermijd aannames over de genderidentiteiten of -ervaringen van deelnemers en geef prioriteit aan individuele zelfidentificatie.
- ❑ **Zelfreflectie en doorlopend leren:** denk regelmatig na over je eigen vooroordelen, veronderstellingen en kennislacunes met betrekking tot genderdiversiteit. Zoek mogelijkheden voor je eigen professionele ontwikkeling en leren op dit gebied.

Reflecties en actiekaarten

Nodig de deelnemers uit om een paar momenten te nemen om individueel na te denken over de belangrijkste punten die ze hebben meegenomen uit de workshop over het verwelkomen van genderidentiteitsdiversiteit en -integratie op de werkplek. Laat ze nadenken over de inzichten, leerpunten en ideeën die hen het meest hebben geraakt.

Training, middelen en beleid

Pleit voor trainingssessies en hulpmiddelen rond genderidentiteitsdiversiteit en -inclusie binnen je organisatie. Moedig HR-afdelingen of leiderschapsteams aan om workshops, gastsprekers of doorlopende leermogelijkheden te bieden om bewustzijn en begrip te bevorderen.

Pleit voor inclusief beleid en inclusieve praktijken binnen je organisatie. Werk samen met relevante belanghebbenden om bestaand beleid te herzien, zoals non-discriminatie, kledingvoorschriften, toegang tot toiletten en het gebruik van voorkeursnamen/uitdrukkingen, en stel wijzigingen of updates voor om inclusiviteit te bevorderen.

Ondersteunende netwerken opzetten

Stimuleer de oprichting van werknemersgroepen of affiniteitsnetwerken die zich specifiek bezighouden met diversiteit op het gebied van genderidentiteit. Moedig individuen aan om samen te komen, ervaringen te delen, steun te bieden en samen te werken aan initiatieven die inclusiviteit bevorderen.

Blijven leren

Zet je in voor voortdurende zelfreflectie en leer over je eigen vooroordelen, aannames en privileges. Beoordeel regelmatig je kennis, stel vooroordelen ter discussie en zoek actief naar mogelijkheden voor groei en verbetering.

Gelijkheid is meer dan het aannemen van wetten. De strijd wordt pas echt gewonnen in de harten en hoofden van een gemeenschap, daar waar het echt telt

Barbara Gittings

Motivatiemateriaal



[Pride Business Forum Voice](#)



[Being an LGBT ally at work](#)

Extra reflectievragen

- *Hoe heeft je begrip van diversiteit in genderidentiteit zich ontwikkeld of verdiept tijdens deze workshop?*
- *Hebben persoonlijke verhalen of ervaringen die tijdens de workshop werden gedeeld je geraakt? Zo ja, hoe?*
- *Welke specifieke acties of veranderingen vind je inspirerend om op je eigen werkplek te implementeren om diversiteit en inclusie op het gebied van genderidentiteit te bevorderen?*
- *Hoe ben je van plan om in de toekomst een bondgenoot en pleitbezorger te zijn voor mensen met verschillende genderidentiteiten?*
- *Welke uitdagingen of hindernissen verwacht je bij het implementeren van de vandaag besproken veranderingen of acties en hoe denk je deze te overwinnen?*
- *Welke extra ondersteuning of bronnen zouden nuttig voor je zijn als je je leerproces over diversiteit en inclusie van genderidentiteit verder wilt doorzetten?*

References

Gender and Health (WHO)

www.who.int/health-topics/gender#tab=tab_1

Pride Business Forum

www.pridebusinessforum.com/en/we-help-bring-equality-to-workplace/

Pride Business Forum Voices

www.pridebusinessforum.com/en/voices-2/

Gender Identity & Sexual Orientation Workplace Diversity, online course by Study.com

study.com/academy/course/gender-identity-sexual-orientation-workplace-diversity.html#overview

Prague Pride Materials and Workshops

www.praguepride.cz/en/education/workshops-for-employers

Prague Pride: Common Point Handbook For Trainers

www.praguepride.cz/en/aboutus/media-downloads/publications/113-commonpoint-handbookfortrainers/file

Glossary of LGBTQ Terms by Out & Equal

outandequal.org/wp-content/uploads/2019/11/LGBTQ-Terminology-2019.pdf

A photograph featuring a Rubik's cube in the foreground, slightly out of focus, with its faces showing various colors like blue, green, orange, and white. In the background, a color calibration chart with a grid of colored squares is visible, also slightly out of focus. The overall lighting is warm and soft. An orange banner is positioned at the bottom of the image.

NEURODIVERSITEIT

Alle mensen verschillen in hun neurocognitieve vaardigheden. Individuen hebben zowel talenten als dingen waar ze moeite mee hebben, die van invloed kunnen zijn op hun prestaties. Daarom zijn de diagnoses: Dyslexie, Dyscalculie, Developmental Coordination Disorder (DCD/ Dyspraxie), Attention deficit hyperactivity disorder (ADHD) en Autisme spectrum stoornissen (ASS) en anderen, anders denken en cognitieve profielen hebben die zowel sterke punten als uitdagingen voor de individuen bevatten. Dit kan voordelen met zich meebrengen, maar ook belemmerend werken.

Mijn hersenen zitten op een andere manier in elkaar dan die van jou

Lisa heeft altijd moeite gehad met haar werkomgeving op kantoor. Wat Lisa het meest uitdagend vindt, is de grote open kantooruimte waar ze momenteel werkt, evenals het constante lawaai en de bewegingen die niet goed samengaan met haar ADHD en dyslexie. Ze geniet van face-to-face interacties, maar deze kunnen voor haar erg vermoeiend worden. Daarnaast is de felle verlichting van het kantoor slecht voor haar sensorische gesteldheid. Lisa heeft toegang tot hulpmiddelen zoals tekst-naar-spraak, die haar kunnen helpen om haar individuele leervoorkeuren te beheren. Ze vindt het echter moeilijk om ze vrij te gebruiken op kantoor, zonder zich te schamen of overdonderd te voelen. De reden hiervoor is dat ze voornamelijk aan vertrouwelijke zaken werkt en collega's, die ze niet wil storen, haar altijd in haar omgeving aanwezig zijn. Daarom voelt Lisa zich af en toe gedwongen om tekst te gebruiken.

Lisa is een zeer hardwerkende werknemer. Ze stelt doelen en houdt vol tot ze die bereikt heeft. Maar hoe hard ze zich ook probeert te concentreren, werken op kantoor is een uitdaging voor haar. Bovendien heeft Lisa het gevoel dat er een constante druk is om iedereen 'bij te houden' als ze zich niet beoordeeld wil voelen. Haar collega's lijken geen moeite te hebben en ze heeft de indruk dat de kantooromgeving voor hen prima werkt. Volgens haar functie-eisen wordt er van Lisa verwacht dat ze met andere mensen samenwerkt en haar creativiteit gebruikt. Dit vindt ze prima en ze droeg altijd innovatieve ideeën bij aan de groep. Toch zou ze zich graag meer kunnen concentreren op haar taken. Lisa heeft overwogen om met iemand te praten over haar huidige problemen, maar ze mist het zelfvertrouwen om zich uit te spreken en haar behoeften te bespreken.

- *Kun je vaststellen wat goed werkt voor Lisa in haar huidige functie?*
- *Kun je de belangrijkste uitdagingen voor Lisa in haar huidige werkomgeving benoemen?*
- *Als het gaat om Lisa's worstelingen, liggen die dan op individueel niveau of op organisatieniveau? Leg je antwoord uit.*
- *Wat kan er gedaan worden om Lisa te helpen productiever en effectiever te worden in haar dagelijkse routine? Denk aan specifieke aanpassingen in haar werk.*
- *Zijn er uitdagingen bij het creëren van een meer inclusieve omgeving voor Lisa?*

Workshop 5

Neurodiversiteit: het narratief veranderen

Deze interactieve workshop is bedoeld om (1) mensen aan te moedigen hun eigen persoonlijke verhalen te delen, of verhalen van andere mensen met betrekking tot neurodiversiteit; (2) meer kennis op te doen over de verhalen van collega's of andere mensen met betrekking tot neurodiversiteit en meer empathie te tonen voor hoe dit het persoonlijke of werkende leven van individuen kan hebben beïnvloed; (3) na te denken over de huidige werkomgeving van individuen en of ze werken voor neurodivergente individuen mogelijk maakt of belemmert.

Stap1 Introductie: breng individuen samen en leid de sessie in. Deel wat informatie over neurodiversiteit en bespreek kort hoe de maatschappij toegankelijker en geschikter is voor neurotypische hersenen, en tegelijkertijd hoe het neurodiverse individuen en hun talent uitsluit. Je kunt ook benadrukken dat we door ons te richten op de sterke punten van deze individuen, in plaats van op hun zwakke punten, individuen kunnen laten gedijen en ze hun eigen potentieel kunnen bereiken.

Stap2 Vragen stellen: vraag de deelnemers nu om na te denken over de ervaring, en precies het verhaal, van een persoon met neurodiversiteit en hoe hun specifieke neurologische kenmerken hen hebben beïnvloed op het werk. De individuen kunnen zowel positieve als negatieve gevolgen van neurodiversiteit op het werk noemen. Deze persoon kan de verteller zelf zijn, een familielid, een goede vriend, een collega of iemand die ze kennen. Als iemand het moeilijk vindt om iets uit eigen ervaring op te halen, moedig hem dan aan om online te zoeken. Enkele voorbeelden zijn hier te vinden : casscounselling.co.uk/famous-neurodiverse-individuals/

Stap3 Betrokkenheid: betrek alle leden van de groep in een discussie. Individuen zal worden gevraagd om het verhaal te delen dat ze hebben gekozen en commentaar te geven op hoe gemakkelijk het voor de neurodivergent persoon was om op het werk te manoeuvreren.

Stap4 Discussie: Laat de deelnemers bespreken hoe het is om een neurodivergent individu te zijn binnen de huidige werkomgevingen. Vraag hen om specifieke uitdagingen te benoemen waar deze mensen mee te maken hebben. Maar vraag hen tegelijkertijd na te denken over hoe anders het verhaal zou zijn als mensen hun volledige talent zouden kunnen inzetten op het werk. Ze kunnen specifieke conclusies trekken uit hun eigen eerdere of huidige werkervaring.

Step5 Oplossingen: deelnemers moeten met oplossingen komen om meer inclusieve werkomgevingen te creëren.

Didactisch advies

- ❑ **Creëer een veilige en inclusieve omgeving:** zorg ervoor dat je een veilige en vertrouwelijke ruimte creëert zodat individuen kunnen delen zonder zich zorgen te maken dat wat ze zeggen tegen hen kan worden gebruikt. Als individuen elkaar niet kennen, kun je wat ijsbrekende activiteiten doen zoals hen vragen naar hun naam en daarmee iets over zichzelf te vertellen.
- ❑ **Wees een goede luisteraar:** onthoud dat het niet altijd gemakkelijk is voor mensen om zich open te stellen en hun neurodiversiteitsverhaal te delen. Het is dus belangrijk om deelnemers aan te moedigen zich open te stellen. Het stellen van open vragen kan de deelnemers in staat stellen om hun ervaringen te beschrijven en te vertellen.
- ❑ **Wees ondersteunend:** sommige herinneringen van deelnemers zijn misschien niet zo prettig, maar juist emotioneel geladen. Je moet ervoor zorgen dat de persoon die deelt met respect en empathie wordt behandeld. In dit geval moet je duidelijk maken dat de deelnemers zoveel kunnen delen als ze zelf prettig vinden en dat ze kunnen stoppen wanneer ze maar willen.
- ❑ **Oordeel niet:** maak de aanwezigen erop attent dat elk verhaal uniek is en dat we, om beter te begrijpen wat de persoon tegenover ons doormaakt, goed moeten luisteren, niet moeten oordelen over wat er gezegd wordt en open vragen moeten stellen.
- ❑ **Doe wat onderzoek:** het gebied van neurodiversiteit is erg breed en het menselijk brein varieert enorm. Het is dus heel goed en nuttig als je enige mate van kennis hebt, maar het is normaal om niet over elk type neurodiversiteit geïnformeerd te zijn. Wees eerlijk en transparant hierover en sta jezelf toe om meer te leren van de verhalen van individuen en van verdere zelfstudie.
- ❑ **Hulpbronnen delen:** geef nuttige hulpbronnen en educatief materiaal die mensen na de workshop kunnen lezen. Geef daarnaast nuttige informatie over beschikbare communities waar mensen met neurodiversiteit begeleiding of ondersteuning kunnen zoeken.

Reflections and cards to action

Neurodivergent individuals tend to find the completion of some work tasks very easy and other incredibly hard. This can in many cases explain an inconsistent performance at work. Neurodiversity can be a competitive advantage when the individuals are in the right environment, making use of their strengths, instead of constantly trying to overcome challenges. Therefore, it is of imperative importance to create inclusive spaces to work and learn ways to reduce disabling factors and amplify diverse abilities. Ask individuals to notice people with different learning preferences and styles and start noticing their strengths and talents rather than their weaknesses and struggles.

Fostering a sharing culture

Organisations need to start changing their policies, processes and culture to ensure everyone feels like they are included and belong. Fostering a culture where all voices are welcomed, and individuals can express themselves without fear of discrimination can bring great results. For example, the organisation can keep an open channel of communication, where individuals are encouraged to share their concerns or needs

Promoting neuro-friendly environments

In order to create a neuro-friendly working environment, check if you are incorporating all the tools that individuals need such as speech-to-text software to accommodate different communication styles or adjusting onsite training programmes to fit different learning strategies. Inclusive technology is crucial as individuals can use different ways of working and communicating, based on what they feel more comfortable and be more efficient. Remote working, when possible, can also be used as an option to accommodate individuals' needs and preferences

Raising awareness

HR can play a crucial role in raising awareness within the organisation about neurodiversity and get the conversation going. This can be achieved through sharing relevant articles, podcasts, TedTalks and books on the topic, which can help employees to self-educate. In addition, the company can run or participate to events relating to neurodiversity week, bring in speakers who can share their stories and encourage employees to participate

Lead by example

Information about neurodiversity and raising awareness can be integrated in the leadership programmes. This is essential as individuals who may need support and special adjustments have their leaders and managers as their first call for help

Being proactive in support

Don't expect individuals with neurodiversity to self-advocate but instead be proactive in the way you support the individuals. Some considerations include identifying what sensory barriers may exist in the physical workspace. As well as what modes of communication are available for staff to communicate internally

Practicing inclusive hiring processes

Foster an inclusive hiring process – avoid placing unnecessary focus on social and communication skills and you could focus on asking participants to complete a task or solve a problem, which allow the candidates to show their talents

Er zijn miljarden mensen op aarde, met toegang tot hun eigen geest en die van niemand anders, die elkaar liedjes en zinnen toeschuiven om de kloof te overbruggen **Annie Kotowicz**

Motivatiemateriaal



[The genius within extraordinary gifted people](#)



[Neurodiversity & intersectionality](#)



[Remote4All remote e-working for disabled and neurodivergent workers](#)



[Neurodiversity in the workplace](#)

Bronnen

Brick by Brick Building Neuroinclusive Workplaces

fsc-ccf.ca/wp-content/uploads/2023/03/brick-by-brick_neuroinclusive-workplaces_march2023.pdf

Doyle, N. (2020). Neurodiversity at work: a biopsychosocial model and the impact on working adults. *British Medical Bulletin*, 135(1), 108-125.
doi.org/10.1093/bmb/ldaa021

GeniusWithin

geniuswithin.org/

McDowall, A., Doyle, N., & Kiseleva, M. (2023). Neurodiversity at work: demand, supply and a gap analysis.

eprints.bbk.ac.uk/id/eprint/50834/15/50834b.pdf

neurobox

neurobox.co.uk/

Neurodiversity and Storytelling, with Eva Grayzel | EDB 271

differentbrains.org/neurodiversity-and-storytelling-with-eva-grayzel-edb-271/

Remote for all: Time to Include People with Disability and/or Neurodiversity in the Remote Working Discussion

digit-research.org/blog_article/remote-for-all-disability-neurodiversity-remote-working-discussion/



LICHAMELIJKE BEPERKING

Een lichamelijke beperking is elke aandoening van het lichaam (d.w.z. handicap) die het voor de persoon met de aandoening moeilijker maakt om bepaalde activiteiten uit te voeren en om te gaan met de wereld om hen heen. Er zijn vele soorten beperkingen, waaronder: artritis, aandoeningen aan het bewegingsapparaat, hersenverlamming, ruggenmergletsel, gezichtsstoornissen, bewegingsstoornissen en gehoorstoornissen. Sommige lichamelijke handicaps zijn verborgen of moeilijk te herkennen.

Toegankelijke werkplekken creëren

John is net aangenomen op een marketingafdeling. Hij heeft een mobiliteitsbeperking en tijdens het aanstellingsproces vroeg hij zijn organisatie om ruimte voor zijn rolstoel. Hij vroeg ook om vrije doorgangen en paden, een verstelbaar bureau en een toegankelijke vergaderruimte waar hij zijn klanten zou kunnen ontmoeten. Na enkele weken werken uitte hij zijn frustratie en teleurstelling aan zijn manager Becky. Hij vertelde haar dat zijn collega's hardnekkig hun tassen en andere spullen op de grond lieten liggen, waardoor het moeilijk was om zich met de rolstoel te verplaatsen. Hij vertelde haar ook dat het marketingteam vaak vergadert in kamers die voor hem niet toegankelijk zijn.

Als gevolg daarvan mist hij een aantal strategische vergaderingen op de afdeling. Hij maakt zich zorgen dat hij niet zoveel kan bijdragen als hij had gewild, wat weer ten koste zal gaan van zijn carrièrevooruitzichten. Becky heeft nooit eerder met een soortgelijke werksituatie te maken gehad en ze voelt zich niet zeker over hoe ze met deze kwestie moet omgaan. Ze erkent echter dat ze er iets aan moet doen, dus herinnert ze het team eraan dat ze rekening moeten houden met Johns rolstoel. Tot haar verbazing waren sommige teamleden niet erg begaan met zijn situatie en suggereerden sommige anderen dat John overdreef.

Na de vergadering hoorde Becky dat sommige teamleden haar aanpak van John's behoeften een "speciale behandeling" noemden. Er ontstonden spanningen tussen John en sommige teamleden, waardoor het voor hem moeilijker werd om optimaal te presteren. Hoewel klanten tevreden zijn over John en de kwaliteit van zijn werk, heeft John het de laatste tijd moeilijk in functioneringsgesprekken.

- *Kun je vaststellen wat goed werkt voor John in zijn huidige functie?*
- *Kun je de belangrijkste uitdagingen voor John in zijn huidige werkomgeving identificeren?*
- *Als het gaat om Johns worstelingen, zijn die dan op individueel niveau of op organisatieniveau? Leg je antwoord uit.*
- *Wat kan er gedaan worden om John te helpen productiever en effectiever te worden in zijn dagelijkse routine? Denk aan specifieke aanpassingen in je werk.*
- *Zijn er uitdagingen bij het creëren van een meer inclusieve omgeving voor John?*

Workshop 6

Arbeidstrajecten voor gehandicapten

Deze interactieve workshop is bedoeld om (1) het delen van persoonlijke verhalen, of verhalen van andere mensen met betrekking tot een handicap en hoe dit interfereert met de werkcarrière te bevorderen; (2) meer kennis te krijgen van de verhalen van collega's of andere mensen met betrekking tot een handicap en meer empathie te tonen voor hoe dit het persoonlijke of werkleven van individuen kan hebben beïnvloed; (3) na te denken over de huidige werkomgeving van individuen en of dit mensen met een handicap in staat stelt of belemmert; (4) het samen creëren van een verhaal aan te moedigen dat een realistische en duurzame inclusieve werkomgeving bevordert.

Stap1 Delen: vraag deelnemers uit je organisatie om verhalen te delen over lichamelijke beperkingen en hoe die een loopbaan in de weg hebben gestaan. Deze verhalen kunnen persoonlijk zijn, omdat mensen zelf een vorm van lichamelijke beperking kunnen hebben. Maar als dit niet relevant is, kunnen deelnemers ook het verhaal van een naast familielid, vriend of kennis delen. Online naar verhalen zoeken kan ook een optie zijn. Je kunt de antwoorden van individuen zowel op papier als elektronisch verzamelen. Als je deze verhalen online verzamelt, kun je gebruikmaken van tools zoals Padlet en Google Forms. Om de interesse in deze activiteit te verhogen, benadruk je het belang van meer leren over lichamelijke handicaps en hoe dit kan leiden tot meer inclusie op het werk en het beter benutten van beschikbaar talent.

Stap2 Betrokkenheid: organiseer een story circle waar iedereen kan samenkomen en deel persoonlijke verhalen. Moedig hen aan om eventuele open vragen aan elkaar te stellen en altijd met respect te luisteren. Moedig hen tijdens het vertellen van de verhalen aan om uit te leggen hoe verschillende vormen van handicaps de loopbaan van de hoofdpersoon in het verhaal (zijzelf of iemand anders) kunnen hebben belemmerd.

Stap3 Aanmoedigen: vraag de groep om mogelijke vooroordelen te identificeren in de verhalen die gedeeld zijn. Definieer (onbewuste) vooroordelen zodat ze voorbeelden kunnen bedenken (raadpleeg Hoofdstuk 2: Terminologie en concepten). Het kan de moeite waard zijn om na te denken over stigmatisering in verband met een handicap (zowel in een maatschappelijke als in een werkomgeving) en de rol die dit kan hebben gespeeld bij deze vooroordelen.

Stap4 Reflectie: Laat iedereen nadenken over zijn huidige werkomgeving en of die al dan niet inclusief is voor mensen met een handicap.

Stap5 Co-creëren: bedenk nu als groep een toekomstverhaal. De focus ligt hier op het co-creëren van een realistische, duurzame toekomst voor zowel individuen als voor de gemeenschap van individuen met een handicap.

Didactisch advies

- ❑ **Creëer een veilige omgeving:** het creëren van een comfortabele en vertrouwde ruimte is essentieel voordat de workshop begint. Zorg er daarom voor dat alle deelnemers elkaar kennen. Je kunt een ijsbrekeractiviteit proberen, zoals vragen of ze hun naam en een stukje informatie over zichzelf willen delen.
- ❑ **Tijdens groepsdiscussies:** verduidelijk tijdens het discussiëren in groepen dat het leven voor iedereen zwaar kan zijn, maar dat sommige mensen met zwaardere obstakels te maken kunnen krijgen dan anderen. Moedig individuen daarom aan om verschillende ervaringen niet te vergelijken of te beoordelen, maar probeer een diep en waar begrip te krijgen van elk verhaal dat wordt gedeeld.
- ❑ **Concepten uitleggen:** introduceer of verduidelijk het concept empathie en leg uit dat het individuen in staat stelt om sterkere onderlinge sociale banden te smeden. Voor een definitie, informeer individuen dat: "Empathie gaat over pogingen om je voor te stellen hoe het zou zijn om in de situatie van iemand anders te zitten, zodat je hun gevoelens of ervaringen kunt delen." Moedig individuen daarom aan om hun empathische vaardigheden te oefenen door te luisteren naar wat anderen beschrijven en open vragen te stellen om de verhalen van anderen beter te begrijpen.
- ❑ **Geef ruimte om te delen:** houd er rekening mee dat het delen van persoonlijke verhalen over handicaps emotioneel belastend kan zijn voor individuen. Geef de personen de ruimte om zich uit te drukken en verduidelijk dat ze zoveel kunnen delen als ze comfortabel vinden om te delen. Er moeten ook pauzes ingelast worden, mocht dat nodig zijn.
- ❑ **Geef ruimte voor reflectie:** moedig reflectie aan tijdens de workshop. Moedig deelnemers aan om na te denken over hun overtuigingen, gedachten en vooroordelen ten opzichte van lichamelijke beperkingen.
- ❑ **Bronnen delen:** bied personen extra bronnen en leesmateriaal aan waarmee ze zichzelf kunnen bijscholen en een beter begrip kunnen krijgen van lichamelijke handicaps en hoe deze mensen op het werk beïnvloeden. Deel daarnaast informatie over bestaande communities waar mensen lid van kunnen worden of verdere begeleiding kunnen zoeken.

Reflectie en actiekaarten

Mensen met een handicap op het werk faciliteren en hun belemmeringen wegnemen is niet alleen een kwestie van inclusie of beter gebruik maken van bestaand talent, maar het is ook een kwestie van gelijkheid, sociale rechtvaardigheid, vrijheid, democratie en mensenrechten. Door sociale integratie van mensen met een handicap op het werk te bevorderen, kunnen we niet alleen economische groei realiseren, maar ook het algemene potentieel van de EU positief beïnvloeden. Er is een toenemende behoefte om elke vorm van discriminatie tegen (en actieve inclusie van) mensen met een handicap op de arbeidsmarkt aan te pakken. Vraag individuen om na te denken over de bestaande werkgelegenheidskloof voor mensen met een handicap, om te beseffen hoe belangrijk het is om meer mensen aan het werk te krijgen.

Inclusieve werving toepassen

Zorg ervoor dat wervings- en selectieprocessen inclusief zijn voor mensen met een handicap. Gelijkheids- en diversiteitsonderzoeken van wervingsprocessen kunnen worden uitgevoerd om mogelijke risico's op vooroordelen of discriminatie te identificeren. Er kunnen dan passende corrigerende maatregelen worden genomen om deze problemen op te lossen. Als het sollicitatiegesprek als onderdeel van het selectieproces bijvoorbeeld plaatsvindt in een ruimte die niet toegankelijk is voor de persoon in kwestie, dan kan ook de optie van een online-interview worden geboden om tegemoet te komen aan de persoon met mobiliteitsproblemen.

Bevorder toegankelijkheid

Controleer de toegankelijkheid van zowel de gebouwde als de virtuele omgeving van de organisatie, van informatie- en communicatietechnologieën (ICT), goederen en diensten, met inbegrip van vervoer en infrastructuur, aangezien dit de rechten bevordert (en een voorwaarde is) voor de volledige participatie van personen met een handicap op voet van gelijkheid met anderen.

Bepaal het tempo

Lijnmanagers en supervisors moeten de communicatiekanalen open houden, zodat mensen openlijk kunnen delen en bespreken waar ze mee worstelen en om hulp kunnen vragen, zodat ze hun werk effectiever kunnen doen.

Bevorder training en bewustwording

Raise awareness of different forms of physical disability and how these may interfere with employment careers. You can invest in Disability Awareness Training or organize awareness days (for example to celebrate the International Day of persons with disabilities on the 3rd December) in order to discuss about the topic and share personal stories of individuals

Ontwikkelen, herzien en implementeren van nieuw beleid

Update, invest and promote policies about diversity and inclusion highlighting organisation's zero-tolerance attitude towards any kind of discrimination and/or victimization of people with disability

Vooringenomenheid/onbewust vooroordeel aanpakken

Pak (onbewuste) vooroordelen aan door ingesleten houdingen uit te dagen. Door te erkennen dat we allemaal onbewuste vooroordelen hebben, kunnen individuen zich richten op hoe ze reageren op specifieke kenmerken en of ze veronderstellingen maken over de capaciteiten van mensen op basis van die kenmerken.

*'Normaal' betekent niet 'geschikt'.
'Gehandicapt' betekent niet 'minder
geschikt'* **Khang Kijarro Nguyen**

Motivatiemateriaal



When we design for disability, we all benefit
Elise Roy



Disability and work
Hannah Barham-Brown



European accessibility act



European Strategy for the Rights of Persons
with Disabilities 2021-2030

Bronnen

Bunbury, S. (2019). Unconscious bias and the medical model: How the social model may hold the key to transformative thinking about disability discrimination. *International Journal of Discrimination and the Law*, 19(1), 26-47.
doi.org/10.1177/1358229118820742

Union of Equality: Strategy for the Rights of Persons with Disabilities 2021-2030.
policycommons.net/artifacts/1677300/union-of-equality/2408949/

Schur, L. A., Ameri, M., & Kruse, D. (2020). Telework after COVID: a “silver lining” for workers with disabilities?. *Journal of occupational rehabilitation*, 30, 521-536.
doi.org/10.1007/s10926-020-09936-5

Schur, L., Ameri, M., & Adya, M. (2017). Disability, voter turnout, and polling place accessibility. *Social Science Quarterly*, 98(5), 1374-1390.
doi.org/10.1111/ssqu.12373

Making the future of work inclusive of people with disabilities.
www.ilo.org/global/topics/disability-and-work/WCMS_729457/lang--en/index.htm

van der Zwan, R., & de Beer, P. (2021). The disability employment gap in European countries: What is the role of labour market policy?. *Journal of European Social Policy*, 31(4), 473-486.
doi.org/10.1177/09589287211002435

Wang, K., Manning III, R. B., Bogart, K. R., Adler, J. M., Nario-Redmond, M. R., Ostrove, J. M., & Lowe, S. R. (2022). Predicting depression and anxiety among adults with disabilities during the COVID-19 pandemic. *Rehabilitation Psychology*.
doi.org/10.1037/rep0000434

RACISM



RACISME

Racisme is het onvermogen of de weigering om de rechten, behoeften, waardigheid of waarde van mensen van verschillende rassen of geografische oorsprong te erkennen. Meer in het algemeen, de devaluatie van verschillende karaktertrekken of intelligentie als 'typisch' voor volkeren. De oneerlijke behandeling van mensen die tot een ander ras behoren; gewelddadig gedrag tegenover hen, de overtuiging dat sommige mensenrassen beter zijn dan andere, of een algemene overtuiging over een hele groep mensen die alleen gebaseerd is op hun ras.

Getuige zijn van racisme in je organisatie

Adam werkte op een sterrenwacht. In een WhatsApp-groep deelt hij met collega's en de coördinator dat er discriminerende uitingen zijn gedaan, waarbij sommige collega's regelmatig uitdrukkingen als 'die negers' (het 'n-woord') gebruikten en zelfs de Hitlergroet werd gebracht.

De coördinator antwoordde dat mensen "een beetje normaal" met elkaar om moeten gaan. Enige tijd later was Adam er getuige van dat een vrijwilliger in gesprek was met zijn collega en zei: "Soms heb ik zin om een ("n-woord") met zijn tanden op een stoep te zetten en op zijn achterhoofd te schoppen. Heb jij daar ook zin in?" De collega reageerde met: "Ja, elke dag." Adam sprak beide collega's hierop aan en informeerde zowel de coördinator als het bestuur. Naar aanleiding van zijn klacht ondernamen noch de coördinator noch het bestuur actie. Adam nam contact op met het College voor de Rechten van de Mens voor een oordeel. Het observatorium verdedigde zich met het argument dat Adam geen slachtoffer was van discriminatie. De opmerkingen waren niet tegen hem gericht, maar tegen publieke en fictieve figuren. Bovendien heeft de man zelf geen zwarte huidskleur. Daarom kan het n-woord niet over hem gaan.

De Raad voor de Rechten van de Mens is niet meegegaan in de verdediging van het observatorium en oordeelde dat de man wel degelijk belang had bij een oordeel. De reactie van het observatorium bleef dat mensen zich "gewoon normaal moeten gedragen". Ze onderzochten de klachten van de man niet verder en hoorden beide kanten van het argument niet. De Raad beoordeelt de reactie van het Observatorium als ernstig, gezien de ernst van de uitingen en gedragingen die de kern van deze klacht vormen. Inmiddels heeft Adam zijn baan opgezegd.

- *Als jij de coördinator was geweest, hoe zou je dan met Adams melding zijn omgegaan?*
- *What do you think about the board's defence?*
- *Heb je ooit iemand als Adam meegemaakt?*
- *Ben je zelf ooit doelwit van racisme geweest?*
- *Hoe waardeer je interne WhatsApp-groepen als communicatiemiddel?*

Workshop 7

Witnessing

Het idee van deze oefening is om luisteraars een taak te geven. Als luisteraars een taak hebben, hebben ze meer focus. Het helpt om inhoud en betekenis toe te voegen aan individuele verhalen. En het werkt op meer dan één manier: het helpt het individu om meer inzichten te krijgen over zijn of haar verhaal en het helpt de groep (en de gemeenschap) om meer inzichten te krijgen - gebaseerd op dat verhaal - in hun perceptie (of persoonlijke ervaring) van een bepaald of gelijkaardig onderwerp. Het werkt ook voor (peer)groepen in organisaties (d.w.z. management, productie, enz.). Organisaties kunnen werknemers uitnodigen voor deze vorm van verhalen delen. Het is een appreciatieve benadering, wat betekent dat het zich richt op wat 'waar' en goed is. Elk groepslid krijgt een rol toebedeeld en rollen kunnen gewisseld worden. Met de juiste instructies en faciliterende vragen krijgt elke deelnemer de kans om iets toe te schrijven.

Stap1 Organiseer: werk in kleine groepen (4-5 deelnemers) met toegewezen rollen: verteller, interviewer, getuige(n), observator. Na elke ronde wisselen de rollen. Elke ronde duurt ongeveer 10 minuten.

Stap2 Het verhaal vertellen: terwijl de verteller zijn verhaal vertelt, maken de interviewer, getuigen en waarnemer aantekeningen. Als de verteller hapert, kan de interviewer helpen met vragen als "Wat is er gebeurd, wie was erbij? Wat gebeurde er daarna? Wat deed hij/zij/ze? Enz." (zie de bijlage Verhalen vertellen voor meer informatie). Opmerking: de getuigen en waarnemer luisteren alleen in deze fase en maken aantekeningen, en onderbreken verteller en interviewer niet.

Stap3 Betekenis: na het vertellen is het de rol van de interviewer om betekenis te halen uit de inhoud van het verhaal ("Ik hoorde iets in wat je net zei..." / "Dat verhaal deed me aan iets denken..." / "Ik denk dat dit een verhaal was over ____..."). De rol van de getuige(n) is om op een waarderende manier commentaar te geven op de persoon van de verteller ("Er viel me iets aan je op toen je het verhaal vertelde..." / "Je hebt een manier om iets vast te stellen..."). / "Je hebt een manier om ____ vast te stellen..." / Ik merk dat je aandacht hebt voor ____..."). Dit zijn opmerkingen die het zelfbewustzijn van de verteller bevorderen (persoonlijkheid, aanwezigheid en stem). De rol van de observator is om aandachtig te luisteren en andere dynamieken op te merken die opvallen in deze interactie.

Stap4 Discussie: tot slot kunnen de groepsleden bespreken welke overwegingen dit 'witnessing' hen heeft gegeven: Hoe zien ze zichzelf de ervaringen, inzichten, geïdentificeerde vermogens en waarden toepassen in hun leven binnen de organisatie? Als er meer dan één groep is, kunnen de groepen hun overwegingen en inzichten plenair delen. Het gesprek kan gefaciliteerd worden.

Didactisch advies

- ❑ **Betrek de deelnemers eerst:** begin, voordat je de casus bevroegt, met één of twee 'ijsbrekers' om een veilige vertelomgeving en vertrouwen tussen de deelnemers te creëren. Voorbeelden: Mijn naam, van wie heb ik die gekregen? Mijn favoriete mentor (en waarom) / een persoon die ik vertrouw (en waarom).
- ❑ **Basisregels:** stel enkele basisregels op. Alles wat gedeeld wordt, wordt met respect behandeld en is vertrouwelijk, niets 'verlaat de kamer' zonder toestemming.
- ❑ **Hulpmiddelen:** deel post its uit en laat de deelnemers erop schrijven wat ze van deze bijeenkomst verwachten. Hang de post its op een muur of whiteboard. Na het delen van inzichten kan men controleren (post its) of aan de verwachtingen is voldaan.
- ❑ **Let op:** wanneer deelnemers verhalen beginnen te delen, let er dan op dat ze in hun toegewezen rol blijven (luisteraars hebben de neiging om commentaar te geven, vaak omdat ze associëren vanuit hun eigen ervaringen).
- ❑ **Bied ondersteuning:** als een deelnemer emotioneel van streek raakt, vraag dan of hij liever één op één met je wil delen en zoek een andere ruimte om dat te doen. Wanneer de deelnemer gekalmeerd is, kan hij ervoor kiezen om in zijn rol te blijven of een andere rol te kiezen.

Reflecties en actiekaarten

We moeten ons ervan bewust zijn dat racisme een van de facetten van "sociale uitsluiting" is en een van de praktijken waarbij verschillen niet worden gerespecteerd of diversiteit niet wordt gewaardeerd. Uitgesloten individuen en gemeenschappen ondervinden duidelijke nadelen in vergelijking met de rest van de bevolking. Vaak worden ze beroofd van legitieme verwachtingen waar ze recht op hebben, zoals arbeidsparticipatie en sociale integratie. Ze worden uitgesloten van een leven dat iemand verwacht in een democratische samenleving, inclusief de uitoefening van mensenrechten.

Wees voorbereid

Houd het delen van verhalen levend! Het is geen kortetermijnvermaak Wees je ervan bewust dat initiatieven om racisme in een organisatie effectief aan te pakken vaak op wrevel en weerstand stuiten. Overtuigingen, niet de realiteit, bepalen hoe werknemers reageren op inspanningen om gelijkheid te vergroten. Als veel van je werknemers niet geloven dat racisme tegen gekleurde mensen bestaat in de organisatie, dan zullen initiatieven op het gebied van diversiteit worden gezien als het probleem, niet als de oplossing. Gebruik benaderingen om perspectieven te openen (bijv. verhalen vertellen); moedig iedereen aan om mee te doen. Zorg voor open gesprekken door ruim de tijd te nemen om problemen aan te pakken en een veilig klimaat te scheppen.

De 5 stappen voor oprechte betrokkenheid

Livingston (2020) adviseert deze actiefasen: (1) Probleembewustzijn, (2) Analyse van de onderliggende oorzaak, (3) Empathie, of het niveau van bezorgdheid over het probleem en de mensen die het treft, (4) Strategieën om het probleem aan te pakken, en (5) Opoffering, of de bereidheid om de tijd, energie en middelen te investeren die nodig zijn voor de implementatie van de strategie. Organisaties die deze fasen doorlopen, gaan van het begrijpen van de onderliggende toestand, naar het ontwikkelen van oprechte bezorgdheid, naar het focussen op verandering en verbetering. Verhalen vertellen en narratieve benaderingen kunnen in al deze fasen worden gebruikt.

Bevorder leren

Bied trainingen (aan personeel, managers, teamleiders) en workshops aan over langere in plaats van kortere perioden. Richt je op het verbeteren van drie centrale leerresultaten: bewustzijn, houding en vaardigheden. Combineer cognitieve en gedragstechnieken door kritieke incidenten of alternatieve responsstrategieën te onderzoeken (gebruik bijvoorbeeld activiteiten zoals het delen van verhalen die reflectief denken en actieve deelname bevorderen).

Het zijn niet onze verschillen die ons verdelen. Het is ons onvermogen om die verschillen te erkennen, te aanvaarden en te vieren. **Audre Lorde**

Motivatiemateriaal



[The school that tried to end racism](#)



[How to conquer workplace discrimination when HR doesn't solve the problem, Alvin Hall](#)

Frühmann, P., Frezza, L., Broer, Y., Mogensen, L., Hamilton, J. (2016), Raising Strong and Resilient Communities. A narrative and story approach to empower cooperation, cohesion and change in communities through non-formal education. Storybag. ISBN 978-952-7076-34-7. Available as pdf. Mail to: peter@storybag.nl

Kurtz, C.F. (2014). Working with Stories in Your Community or Organization, Kurtz-Fernhout Publishing.

VicHealth 2012, Preventing race-based discrimination and supporting cultural diversity in the workplace (An evidence review: summary report), Victorian Health Promotion Foundation, Melbourne, Australia. Download here: https://www.vichealth.vic.gov.au/sites/default/files/VH_Race-based-discrim_10.pdf

Education Pack – All Different All Equal

book.coe.int/en/human-rights-democratic-citizenship-and-interculturalism/7234-education-pack-all-different-all-equal-ideas-resources-methods-and-activities-for-non-formal-intercultural-education-with-young-people-and-adults-3rd-edition.html

Poverty and Human Rights: Reflections on Racism and Discrimination

www.un.org/en/chronicle/article/poverty-and-human-rights-reflections-racism-and-discrimination

How to Promote Racial Equity in the Workplace

hbr.org/2020/09/how-to-promote-racial-equity-in-the-workplace





RELIGIE

Religie wordt toegeschreven aan traditionele waarden en praktijken die verband houden met een bepaalde groep mensen of geloof en is de dienst aan of aanbidding van (een) God of het bovennatuurlijke. Het wordt gedefinieerd als een persoonlijke reeks of geïnstitutionaliseerde attitudes, overtuigingen en praktijken en wordt gedragen door traditie, regels en cultuur. Spiritualiteit is een abstracte en subjectieve ervaring, die verwijst naar een onderlinge verbinding van iets buiten onszelf en iets in onszelf. Het kan een verbinding zijn met God, de natuur, anderen en de omgeving...

Omgaan met religieuze en spirituele overtuigingen op het werk

Rachel werkt in een winkelketen, heeft veel werkervaring en presteert goed. Ze is christen en haar kerk verbiedt werken op zondag. Ze heeft haar manager op de hoogte gebracht van haar geloofsovertuiging en gevraagd of ze op zondag vrij kon krijgen. De toenmalige manager accepteerde haar verzoek, maar haar nieuwe manager neemt haar nu op in het zondagsrooster.

Hoewel Rachel aan de nieuwe manager uitlegde dat haar geloof haar verbood om op zondag te werken, weigerde hij het rooster te veranderen en adviseerde Rachel dat ze of net als iedereen op zondag kon werken of dat ze haar baan zou verliezen. Toen Rachel zei dat dit ongepast gedrag was, hield de manager vol dat deze beslissing niet in strijd was met de wetten op religieuze discriminatie en dat het veel moeite kostte om Rachel toe te staan op zondag vrij te nemen.

Ze weet dat de manager werknemers routinematig vrije zaterdagen en zondagen gaf om niet-religieuze redenen. Ze is ook verbaasd omdat haar vorige manager expliciet vermeldde dat het geen probleem was om haar op zondag vrij te geven en dat haar collega's nooit klaagden over planningsproblemen met deze accommodatie.

Rachel vindt de hele situatie erg verontrustend omdat werken op zondag haar het gevoel geeft dat ze tegen haar religie ingaat. Bovendien heeft het invloed op haar relaties, omdat haar naasten ook niet op zondag werken.

- *Wat is het belangrijkste probleem voor Rachel en hoe beïnvloedt de situatie op het werk haar persoonlijk en professioneel?*
- *Zou je het gedrag van de nieuwe manager als discriminerend ten opzichte van Rachel beoordelen en waarom?*
- *Wat zou een mogelijke oplossing kunnen zijn voor de problemen waar Rachel mee te maken heeft?*
- *Kun je problemen aangeven als we Rachel willen tegemoetkomen en hoe kunnen we die aanpakken??*
- *Kun je meer voorbeelden noemen van religieuze of spirituele discriminatie op het werk?*

Workshop 8

Religie en spiritualiteit aan de orde stellen

Het doel van deze workshop is om (1) mensen aan te moedigen hun verhalen te delen over hun visie op religie en spiritualiteit; (2) meer kennis te vergaren over de verhalen van collega's over religie en spiritualiteit. Meer empathie te tonen voor de manier waarop dit het persoonlijke of werklevens van mensen heeft beïnvloed; (3) na te denken over de huidige werkomgeving van mensen en of die hun religieuze en spirituele overtuigingen mogelijk maakt of juist belemmert.

Stap1 Delen en verzamelen: vraag deelnemers aan de organisatie om iets te vertellen over hun relatie met religie en/of spiritualiteit en de verhouding daarvan met hun werk. Leidende vragen kunnen zijn: "Vertel eens over jouw band met religie en/of spiritualiteit. Hoe verhoudt dit zich tot je werk?". De antwoorden van de deelnemers kunnen zowel op papier als elektronisch worden verzameld. Als je deze verhalen online verzamelt, kun je gebruik maken van tools zoals Padlet en Google formulieren. Om de belangstelling voor deze activiteit te vergroten, benadruk je het belang van meer leren over diversiteit en hoe dit kan leiden tot meer inclusie op het werk, waardoor zowel de relaties als de prestaties verbeteren.

Stap2 Story Circles: zodra je alle verhalen van individuen hebt verzameld, maak je een open uitnodiging voor individuen om verhalencirkels bij te wonen. Tijdens deze activiteit kunnen ze hun verhalen delen en naar de verhalen van hun collega's luisteren. Vraag iedereen om de verhalen van hun collega's te respecteren en er zonder oordeel naar te luisteren.

Stap3 In iemands schoenen staan: vraag elke deelnemer om in te haken op iemands verhaal en te beschrijven hoe ze zich voorstellen hoe het voor deze persoon in de kring zou zijn om deze bepaalde religie of spiritualiteit op het werk te hebben, als er al een impact is. Moedig individuen aan om bij elkaar te checken of ze hun omstandigheden goed begrijpen.

Stap4 Analyseren en reflecteren: vraag deelnemers om na te denken en te delen of je bedrijf rekening houdt met en tegemoetkomt aan de behoeften van religie en spiritualiteit.

Stap5 Oplossingen vinden: voortbouwend op wat tot nu toe is besproken, moedig je mensen aan om een aantal actiepunten en oplossingen te bedenken om ervoor te zorgen dat hun organisatie niet discrimineert ten opzichte van mensen met andere opvattingen over religie en spiritualiteit, maar in plaats daarvan inclusiviteit voor iedereen bevordert.

Didactisch advies

- ❑ **Betrokkenheid:** creëer een comfortabele en vertrouwde omgeving zodat mensen worden aangemoedigd om hun verhalen te delen en juist hun standpunten en overtuigingen over spiritualiteit en religie. Als individuen elkaar niet kennen, kun je een aantal ijsbrekende activiteiten doen, zoals individuen vragen om hun naam te noemen en iets wat de anderen niet van hen weten.
- ❑ **Basisregels:** je moet vanaf het begin de toon en de basisregels bepalen. Het is bijvoorbeeld normaal dat mensen verschillende standpunten hebben over spiritualiteit en religie. Deze workshop gaat niet over het veroordelen van de religie of de spiritualiteit, maar over het begrijpen van de ervaringen van anderen met respect.
- ❑ **Sluit niets en niemand uit:** als individuen niet religieus of spiritueel zijn, benadruk dan dat ze daar toch over kunnen praten en meer te weten kunnen komen over de verhalen van hun collega's. Je kunt ook verhalen van anderen verwelkomen die als voorbeeld kunnen dienen in het gesprek.
- ❑ **Grenzen respecteren:** gezien de gevoelige aard van deze kwestie, verduidelijken dat individuen zoveel kunnen delen als ze zich comfortabel voelen om te delen. Bevorder de dialoog tussen de individuen en moedig hen aan om vragen te stellen.
- ❑ **Bronnen delen:** materiaal en bronnen delen zodat mensen meer kunnen lezen over het beschermde aspect van religie en spiritualiteit op het werk en de wetgeving hieromtrent. Er zijn ook enkele waargebeurde verhalen opgenomen, zodat mensen beter kunnen begrijpen hoe het er in het echte leven uitziet.

Reflecties en actiekaarten

Het is het recht van individuen om hun eigen mening te hebben over religie of spirituele overtuiging. Mensen kunnen er ook voor kiezen om atheïstisch, dogmatisch, academisch, onverschillig of ergens daartussenin te zijn. Van organisaties en werkgevers wordt verwacht dat ze respectvol en rechtvaardig omgaan met deze verschillende en persoonlijke standpunten. Dit kan leiden tot een cultuur waarin werknemers gelukkiger en productiever zijn, terwijl het voor de werkgever ook eenvoudiger wordt om de wet na te leven. Vraag individuen om na te denken over het belang van deze kwestie en of ze ooit hebben nagedacht over het belang van het aanpakken van discriminatie. Wat zouden hun volgende stappen zijn om meer te weten te komen over dit onderwerp?

Zero tolerance beleid

Zorg ervoor dat het bedrijfsbeleid (zoals kledingvoorschriften) niet onbedoeld discriminerend werkt. Het creëren van een organisatiecultuur die verschillen accepteert en behandelt met respect en inclusie moet een prioriteit zijn voor de organisatie.

Er moet een zero tolerance beleid gelden voor respectloze opmerkingen of gedragingen met betrekking tot de spiritualiteit of religie van mensen.

Opkomen voor sociale rechtvaardigheid

Werknemers moeten worden aangemoedigd om voor anderen op te komen en acties te ondernemen zoals het ondersteunen van een collega die het slachtoffer is van ongevoelig of intimiderend gedrag.

Maak duidelijk dat het de verantwoordelijkheid van elke werknemer is om zich bewust te zijn van, op de hoogte te zijn van en respect te hebben voor een breed scala aan spirituele, religieuze en niet-religieuze overtuigingen.

Overweeg het faciliteren van vrijwillige lunch-and-learn-achtige bijeenkomsten waar werknemers ervaringen kunnen delen over hun religieuze praktijken, met voorlichting en activiteiten gepland door een diverse groep werknemers.

Aansprakelijkheid en transparantie

Houd rekening met de inbreng van werknemers bij het plannen van vergaderingen en evenementen zoals vakantiefeesten, vooral met betrekking tot het soort feest en de planning. Op die manier kun jerekening houden met religieuze gebruiken. Zo kan het plannen van een werklunch tijdens de Ramadan moslims die vasten uitsluiten.

Kom tegemoet aan de behoefte om te bidden door "stille kamers" of ruimtes die individuen kunnen gebruiken.

Ontmoedig religieuze discussies op het werk niet, maar geef werknemers in plaats daarvan training over hoe ze de religieuze voorkeuren van hun collega's kunnen leren kennen door middel van respectvolle gesprekken.

Nadat het stof der eeuwen is opgetrokken, zullen we niet alleen herinnerd worden om onze overwinningen of nederlagen in de strijd of de politiek, maar ook om onze bijdrage aan de menselijke geest...

Qamar Rafiq

Motivatiemateriaal



[Muslim woman sues company after facing religious discrimination](#)



[Religious discrimination is "un-American"](#)
Kathy Lund Dean



[Discrimination on the grounds of religion or belief](#)



[Religious accommodations at work](#)
The \$28M Case



[L'Oréal masters multiculturalism](#)

Benefiel, M., Fry, L. W., & Geigle, D. (2014). Spirituality and religion in the workplace: History, theory, and research. *Psychology of Religion and Spirituality*, 6(3), 175.

doi.org/10.1037/a0036597

Equality and Human Rights Commission. Religion or belief discrimination

www.equalityhumanrights.com/en/advice-and-guidance/religion-or-belief-discrimination

Etherington, M. (2019). Religion as a workplace issue: A narrative inquiry of two people—One Muslim and the other Christian. *SAGE Open*, 9(3), 2158244019862729.

doi.org/10.1177/2158244019862729

Paul Victor, C. G., & Treschuk, J. V. (2020). Critical literature review on the definition clarity of the concept of faith, religion, and spirituality. *Journal of Holistic Nursing*, 38(1), 107-113.

doi.org/10.1177/0898010119895368

Navigating Religious Beliefs in the Workplace

www.shrm.org/resourcesandtools/tools-and-samples/toolkits/pages/accommodating-religion,-belief-and-spirituality-in-the-workplace.aspx

Identify and Prevent Religious Discrimination in the Workplace

www.embroker.com/blog/religious-discrimination-in-the-workplace/





SOCIAL (MEDIA)

Social storytelling heeft een dubbele betekenis: het kan gebruikt worden voor sociale doelen door belangrijke sociale kwesties te benadrukken en te pleiten voor verandering. Het verwijst ook naar de praktijk van het vertellen van verhalen en het delen ervan op sociale mediaplatforms. Het gaat om het gebruik van kanalen zoals Facebook, Twitter, Instagram, YouTube en TikTok om inhoud te creëren en te delen die het publiek betreft, relaties opbouwt en merken onder de aandacht brengt...

De Climate Strike-beweging

Een best practice voor social storytelling bij het aandringen op verandering is het gebruik van een duidelijke en overtuigende boodschap, ondersteund door sterke beelden en persoonlijke verhalen. De boodschap moet gericht zijn op een specifieke kwestie, met een oproep tot actie die mensen in staat stelt om betrokken te raken en een verschil te maken.

Een goed voorbeeld van social storytelling om te pleiten voor verandering is de Climate Strike-beweging. Deze begon in 2018 toen een 15-jarige Zweedse studente, Greta Thunberg, spijbelde om voor het Zweedse parlement te protesteren en actie te eisen tegen klimaatverandering. Thunbergs verhaal kreeg al snel aandacht op sociale media en inspireerde studenten over de hele wereld om zich bij haar zaak aan te sluiten.

Studenten en scholieren begonnen met het organiseren van *school walkouts* en protesten in hun eigen gemeenschappen, waarbij ze sociale media gebruikten om hun verhalen te delen en hun boodschap kracht bij te zetten. De Climate Strike-beweging gebruikt sociale storytelling om mensen bewust te maken van de dringende noodzaak om klimaatverandering aan te pakken en om actie te eisen van overheden en bedrijven.

De beweging is succesvol geweest in het beïnvloeden van beleidsbeslissingen en het aanzwengelen van wereldwijde gesprekken over de impact van klimaatverandering op onze planeet. Over het geheel genomen laat de klimaatstaking zien hoe social storytelling een krachtig middel kan zijn om het bewustzijn te vergroten en positieve veranderingen in belangrijke maatschappelijke kwesties te bevorderen.

- *Wat vind je van de Climate Strike-beweging en wat is de invloed ervan op jou en je gemeenschap?*
- *Op welke manieren hebben persoonlijke verhalen en beelden die gebruikt worden in de Climate Strike beweging jouw perceptie van de urgentie van klimaatverandering beïnvloed?*
- *Op welke manieren hebben persoonlijke verhalen en beelden die gebruikt worden in de klimaatstakingsbeweging je perceptie van de urgentie van klimaatverandering beïnvloed?*
- *Hoe kunnen sociale mediaplatforms effectief worden gebruikt om het bewustzijn te vergroten en positieve verandering te bevorderen met betrekking tot belangrijke sociale kwesties zoals klimaatverandering?*
- *Welke beleidsveranderingen zijn volgens jou nodig om de klimaatverandering aan te pakken?*
- *Hoe kunnen individuen en gemeenschappen pleiten voor deze veranderingen met behulp van social storytelling en activisme?*

Workshop 9

Storytelling voor verandering en sociale rechtvaardigheid

De Climate Strike-beweging laat zien dat social storytelling verandering teweeg kan brengen. Het doel van de workshop is om deelnemers te voorzien van middelen om deze techniek effectief te gebruiken voor belangenbehartiging. Het zal deelnemers ook in staat stellen om positieve verandering te promoten in belangrijke sociale rechtvaardigheidskwesties door gebruik te maken van social storytelling als een instrument. Deelnemers leren over de kracht van social storytelling, creëren overtuigende boodschappen en visuals, en verkennen concrete acties.

Stap1 Introductie en ijsbreker: de facilitator introduceert de doelstellingen van de workshop en de deelnemers delen hun begrip van sociale rechtvaardigheidskwesties en hun interesse in social storytelling.

Stap2 De kracht van social storytelling begrijpen: de facilitator presenteert de kracht van social storytelling in het bevorderen van positieve verandering in belangrijke sociale rechtvaardigheidskwesties, aan de hand van voorbeelden uit verschillende sociale rechtvaardigheidsbewegingen. Deelnemers gaan een groepsdiscussie aan over de effectiviteit van social storytelling en de potentiële impact ervan op sociale rechtvaardigheid.

Stap3 Het ontwikkelen van aansprekende boodschappen en visuals: de facilitator leidt een sessie over het creëren van aansprekende boodschappen en visuals die inspireren tot actie van een breder publiek, waarbij best practices van verschillende sociale rechtvaardigheidsbewegingen worden gebruikt. Deelnemers werken in kleine groepen aan het ontwikkelen van boodschappen en visuals, met feedback en begeleiding van de facilitator.

Stap4 Empowerment van actie en belangenbehartiging: de facilitator presenteert concrete acties die deelnemers kunnen ondernemen om te pleiten voor beleidsveranderingen, waarbij social storytelling wordt gebruikt als een instrument voor belangenbehartiging. Deelnemers brainstormen over manieren waarop ze social storytelling kunnen gebruiken, zoals het gebruik van sociale media en het organiseren van evenementen in een gemeenschap.

Stap5 Reflectie en afsluiting: de facilitator vat de belangrijkste punten van de workshop samen en moedigt de deelnemers aan om social storytelling te blijven gebruiken als een instrument in belangrijke sociale rechtvaardigheidskwesties. Deelnemers reflecteren op wat ze hebben geleerd en delen eventuele actiestappen die ze in de toekomst willen nemen.

Didactisch advies

- ❑ **Begin met een haakje:** begin je verhaal met een overtuigend haakje dat de aandacht van het publiek trekt.
- ❑ **Zet de situatie neer:** beschrijf de setting en de personages om een levendig beeld te creëren in de hoofden van het publiek.
- ❑ **Introduceer het probleem:** geef duidelijk het probleem of de kwestie aan waar je verhaal over gaat en waarom het belangrijk is.
- ❑ **Spanning opbouwen:** creëer spanning door de obstakels of uitdagingen te benadrukken die overwonnen moeten worden om het probleem op te lossen.
- ❑ **Presenteer een oplossing:** bied een oplossing of actie aan om het probleem aan te pakken en leg uit waarom deze effectief is.
- ❑ **Gebruik persoonlijke verhalen:** verwerk persoonlijke verhalen of voorbeelden om emotionele impact toe te voegen en het onderwerp meer toegankelijk te maken.
- ❑ **Eindig met een oproep tot actie:** eindig je verhaal met een oproep tot actie die het publiek motiveert om actie te ondernemen en een verschil te maken.
- ❑ **Oefenen, oefenen, oefenen:** oefen je verhaal om ervoor te zorgen dat het vloeiend loopt, boeiend is en je boodschap effectief overbrengt.

Reflecties en actiekaarten

Als facilitator is het belangrijk om na te denken over de impact en relevantie van de inhoud. Moedig deelnemers aan om de nieuw geleerde technieken te gebruiken om betekenisvolle en boeiende verhalen te creëren die sociale rechtvaardigheid bevorderen. Daarnaast is het belangrijk om de rol van sociale media te benadrukken bij het versterken van deze verhalen en het bereiken van een breder publiek. Herinner de deelnemers eraan dat het gebruik van verhalen om sociale rechtvaardigheid te bevorderen een doorlopende inspanning is die ook na de workshop moet worden voortgezet. Inspireer ze tot slot om op zoek te gaan naar en deel te nemen aan andere mogelijkheden om te leren en zich in te zetten voor sociale rechtvaardigheid.

Storytelling strategieën

Ontwikkel diverse en inclusieve vertelstrategieën waarin verschillende perspectieven en ervaringen aan bod komen
Zorg ervoor dat de inspanningen op het gebied van storytelling niet een theater zijn of alleen voor marketingdoeleinden worden gebruikt, maar deel uitmaken van een grotere betrokkenheid bij het bevorderen van sociale rechtvaardigheid en gelijkheid.

Samenwerken met en luisteren naar je publiek zorgt ervoor dat je verhalen aansluiten bij hun waarden en prioriteiten. Vraag actief feedback om je manier van vertellen te verbeteren.

Gebruik storytelling om je publiek te inspireren en in staat te stellen om actie te ondernemen en te ijveren voor beleidsveranderingen om sociale rechtvaardigheidskwesties aan te pakken.

Opkomen voor sociale rechtvaardigheid

Geef prioriteit aan de stemmen van gemarginaliseerde individuen en gemeenschappen door actief op zoek te gaan naar hun verhalen en deze te ondersteunen via partnerschappen, samenwerkingen en platforms

Versterk sociale rechtvaardigheid door de middelen en invloed van je bedrijf in te zetten om te pleiten voor beleidsveranderingen, initiatieven uit de gemeenschap te ondersteunen en organisaties voor sociale rechtvaardigheid te financieren.

Stel medewerkers in staat veranderingen tot stand te brengen door hen middelen, ondersteuning en mogelijkheden te bieden. Storytelling is een krachtig instrument daarvoor.

Aansprakelijkheid en transparantie

Werknregelmatig aan zelfreflectie en educatie om onbewuste vooroordelen en systemische barrières tijdens je storytelling (verzamelen) en -praktijken te identificeren en aan te pakken.

Bevorder een cultuur van aansprakelijkheid en transparantie door regelmatig de voortgang en impact van je bedrijf te meten en te rapporteren over het bevorderen van sociale rechtvaardigheid door middel van storytelling.

Motivatiemateriaal



VERBINDING MENSEN

In ons verhaal zijn de personages mensen die dienen als emotionele basis. Daarom noemen we het hoofdpersonage het "Hart". Maar niet alle personages zijn even belangrijk. Om een meeslepend Hart voor je verhaal te creëren, is er één essentieel element dat je boven alles moet plaatsen: verlangen. Het is het intense verlangen of de brandende passie in ons personage dat ervoor zorgt dat het publiek empathie ontwikkelt.



AUTHETICITEIT PLACES

Plaatsen zijn locaties, de omstandigheden, settings, momenten in de tijd en dingen die ons verhaal diepte en perspectief geven. Authenticiteit is de essentie van een bepaalde plaats. In plaats van de persoonlijkheid van een personage te beschrijven, kunnen we die onthullen via de omgeving. Door de omgeving erbij te betrekken, wordt het personage tastbaarder, waardoor het publiek zijn eigen mening kan vormen en een sterker gevoel van vertrouwen kunnen ontwikkelen.



BETEKENIS BEDOELING

De reden achter ons verhaal is het Doel, dat weergeeft welke boodschap we willen overbrengen. Als het publiek het belang van ons verhaal of de relevantie ervan voor hun leven niet inziet, zullen ze hun interesse verliezen. Daarom is het cruciaal om na te denken over ons doel en de boodschap die we willen overbrengen te verduidelijken. Zonder een duidelijk doel kan het publiek de betekenis van ons verhaal niet begrijpen.



BETROKKENHEID PLOT

Het raamwerk van het verhaal staat bekend als de Plot, die het begin, midden en einde omvat. De plot wordt aangedreven door één cruciaal element dat het publiek van begin tot eind leidt: Conflict. Conflict (en crisis) genereert spanning en trekt onze aandacht, waardoor we gedwongen worden ons in het verhaal te verdiepen. Daarnaast speelt Conflict een belangrijke rol bij het oproepen van vragen die beantwoord moeten worden.

De 4 zuilen van een verhaal

How storytelling is fighting for social justice

impacthub.net/storytelling-fighting-social-justice

Social Media Storytelling: 5 tips for Better Stories

www.smp Perth.com/resources/content-marketing/social-media-storytelling-5-tips-for-better-stories/

Social Media Storytelling Done right: 6 examples

www.quintly.com/blog/social-media-storytelling

Social Media Storytelling: The Way to your Audiences' Hearts is Through a Good Story

medium.com/@taskmarketing/social-media-storytelling-the-way-to-your-audiences-hearts-is-through-a-good-story-fb567f4ec07d

Storytelling and Social Change – A guide for activists, organizations and social entrepreneurs

narrativearts.org/wp-content/uploads/2016/02/story-guide-second-edition.pdf

Storytelling for Social Change

commhsp.org/areas-of-focus/storytelling-for-social-change/

Storytelling in the work of 'justice'

storytelling.greenpeace.org/story/1699/storytelling-and-the-work-of-justice-what-do-they-have-to-do-with-each-other/

The four Pillars of Story

www.wipster.io/blog/the-4-pillars-of-story

The importance of storytelling for social change

www.positive.news/perspective/whats-special-storytelling-social-change/

normal social
dysgenic /dis-jen'ik/ (zool) (of) unfavourable to racial improvement
[dys- and the root of Gr gennaein to beget]

■ **dysgen'ics** *n sing* the study of race degeneration; cacogenetics

dysgraphia /dis-graf'i-a/ *n* inability to write, due to brain damage or other cause. [dys- and Gr graphein to write]

■ **dysgraph'ic** *adj.*

dysharmonic /dis-här-mon'ik/ *adj* unbalanced, lacking in harmony
of proportion. [dys-]

dyskinesia /dis-kin-ē'zi-a/ (pathol) *n* lack of control over voluntary movements; impaired performance of voluntary movements
and Gr *kīnēsis* movement]

dyslexia /dis-leks'i-a/ *n* word blindness, great difficulty in learning to read or spell, unrelated to intellectual competence and of unknown cause. [dys- and Gr *lexis* word]

■ **dyslec'tic** or **dyslex'ic** *adj* and *n.*

dyslogistic /dis-lə-jis'tik/ *adj* conveying censure, opprobrium
and Gr *logos* discourse]

■ **dyslogis'tically** *adv.* **dys'logy** *n* dispraise.

dysmelia /dis-mēl'i-a, -mel', -yə/ *n* the condition of missing or incomplete limbs or fingers

Nee! De avonturen eerst, de uitleg duurt zo vreselijk lang!

Lewis Carroll

Alice in Wonderland

Achter de Spiegel en wat Alice daar aanvond



● Hoofdstuk 4



Co-funded by
the European Union



Begrippenlijst

Voordat je verder gaat met het verkennen van deze toolkit, geven we hier 20 sleutelbegrippen die in de handleiding worden gebruikt en leggen we kort uit in welke contexten ze worden gebruikt.

Ableïsme / Ableïsme
Vermogen
Toegankelijkheid
Leeftijdsciscriminatie
Vooringenomenheid
Handicaps
Discriminatie
Diversiteit
Diversiteits- en inclusie management
Gelijkwaardigheid
Feminisme
Intolerantie
Inclusieve werkplek
Microaggressie
Neurodiversiteit
Racisme
Religie en spiritualiteit
Sexisme
Stereotypen
Storytelling
Xenofobie



Ableïsme verwijst naar discriminatie of vooroordelen tegen mensen met een handicap. Overtuigingen of praktijken die berusten op de aanname dat een valide persoon "normaal" is, terwijl andere statussen "hersteld" of veranderd moeten worden. Dit kan leiden tot het devalueren of discrimineren van mensen met een lichamelijke, verstandelijke of psychiatrische beperking. Geïnstitutionaliseerd ableïsme kan de vorm aannemen van onbedoelde organisatorische barrières die resulteren in een ongelijke behandeling van mensen met een handicap.

Vemogen verwijst naar iemand die de "vaardigheden heeft om een taak of activiteit uit te voeren", dus een handicap kan invloed hebben op hoe goed iemand een taak kan uitvoeren die verband houdt met zijn job.

Toegankelijkheid is de mate waarin een product, dienst of omgeving toegankelijk is voor zoveel mogelijk mensen. Toegankelijk ontwerp zorgt voor zowel directe toegang (zonder hulp) als indirecte toegang via ondersteunende technologie (bijv. computerschermlezers). Universeel ontwerp zorgt ervoor dat een omgeving zo toegankelijk, begrijpelijk en bruikbaar mogelijk is voor alle mensen.

Leeftijdscriminatie verwijst naar de stereotypen (hoe we denken), vooroordelen (hoe we voelen) en discriminatie (hoe we ons gedragen) ten opzichte van anderen of onszelf op basis van leeftijd.

Vooringenomenheid is een vooroordeel ten gunste of ten nadele van een ding, persoon of groep in vergelijking met een ander, meestal op een oneerlijke of negatieve manier. Impliciete of onbewuste vooroordelen zijn een onbewuste mening, positief of negatief, die je hebt over een groep of persoon. Impliciete vooroordelen zijn de attitudes of stereotypen die vroeg in het leven worden aangeleerd en ontwikkeld, en die in de loop van de tijd versterken, waardoor ze het begrip, de acties en de beslissingen van individuen beïnvloeden zonder dat ze het beseffen.

Handicap is een overkoepelende term die beperkingen en restricties op participatie omvat. Het onderscheidt een beperking als "een probleem in de lichaamsfunctie of -structuur", een beperking als "een moeilijkheid die een individu ondervindt bij het uitvoeren van een taak of actie" en een participatiebeperking als "een probleem dat een individu ondervindt bij het deelnemen aan levenssituaties".

Discriminatie vindt plaats wanneer mensen minder goed worden behandeld dan andere mensen in een vergelijkbare situatie, omdat ze tot een bepaalde groep of categorie mensen behoren of omdat de indruk bestaat dat ze tot die groep of categorie behoren. Enkele kenmerken waar mensen op gediscrimineerd worden zijn hun leeftijd, handicap, etniciteit, afkomst, politieke overtuiging, ras, religie, geslacht of seksuele geaardheid, taal, cultuur en op vele andere gronden. Discriminatie is vaak het gevolg van vooroordelen die mensen hebben..

Diversiteit verwijst naar de verschillen tussen mensen met betrekking tot hun unieke eigenschappen, waarden, attitudes, cultureel perspectief, overtuigingen, etnische achtergrond, seksuele geaardheid, genderidentiteit, vaardigheden, kennis en levenservaringen van iedereen in een groep mensen. Diversiteit verwijst naar elke dimensie die gebruikt wordt om onderscheid te maken tussen verschillende groepen mensen.

Diversiteits- en inclusie management binnen de organisatiecontext is erop gericht om werknemers en managers in staat te stellen om effectiever door diverse werkomgevingen te navigeren en hen de hulpmiddelen te bieden om hun begrip van de verschillen om hen heen te verdiepen, belemmeringen voor het creëren van inclusie te overwinnen, met mensen met verschillende achtergronden om te gaan en met hen te communiceren, en benaderingen voor het managen van diversiteit te identificeren en te implementeren.

Gelijkwaardigheid houdt een eerlijke behandeling voor iedereen in, waarbij ongelijkheden en barrières worden geïdentificeerd en geëlimineerd zodat iedereen de kans krijgt om succesvol te zijn; terwijl gelijkheid gaat over gelijk zijn en iedereen gelijk behandelen.

Feminisme omvat theorie en praktijk die zich richten op het bepleiten van sociale, economische en politieke gelijkheid tussen mannen, vrouwen en alle genderidentiteiten.

Intolerantie is een gebrek aan respect voor andere gebruiken of overtuigingen dan die van jezelf. Het gaat ook om het afwijzen van mensen die we als anders zien, bijvoorbeeld leden van een andere sociale of etnische groep dan de onze, of mensen die anders zijn in politieke of seksuele geaardheid.

Inclusieve werkplek heeft niet alleen een diversiteit aan mensen, maar ook een diversiteit aan mensen die betrokken, ontwikkeld en bevoegd zijn en vertrouwd worden door de organisatie.

Microagressies zijn subtiele verbale en non-verbale beledigingen, beledigingen, vernederingen en denigrerende boodschappen gericht aan een persoon vanwege zijn of haar groepslidmaatschap, vaak automatisch en onbewust. Microagressies kunnen worden gezien als onschuldige, argeloze opmerkingen, maar ze versterken stereotypen en zijn een vorm van discriminatie. Na verloop van tijd kunnen microagressies degenen die ze ontvangen isoleren en van hen vervreemden en hun gezondheid en welzijn aantasten.

Neurodiversiteit erkent dat alle mensen verschillen in hun neurocognitieve vermogens. Individuen hebben zowel talenten als dingen waarmee ze worstelen en die een impact kunnen hebben op hun prestaties. Bijvoorbeeld: Dyslexie, Dyscalculie, Developmental Coordination Disorder (DCD/ Dyspraxie), Attention deficit hyperactivity disorder (ADHD), Autisme spectrum stoornissen (ASS) en meer.

Neurodiversiteit (vervolg) Neurodivergente personen hebben andere sterke punten en beperkingen dan neurotypische personen.

Racisme ligt in de overtuiging dat raciale verschillen leiden tot of geassocieerd worden met inherente superioriteit of inferioriteit. Vooroordelen, discriminatie, vijandigheid of haat op basis van ras. Geïstitutionaliseerd racisme, ook bekend als systemisch racisme, verwijst naar vormen van racisme die ingebakken zitten in de samenleving of organisaties. Het is wanneer hele raciale groepen worden gediscrimineerd of consequent worden benadeeld door grotere sociale systemen, praktijken, keuzes of beleid.

Religie wordt toegeschreven aan traditionele waarden en praktijken met betrekking tot een bepaalde groep mensen of geloof en is de dienst aan of aanbidding van (een) God of het bovennatuurlijke. Religie wordt gedefinieerd als een persoonlijke houding of geïstitutioniseerd systeem van religieuze houdingen, overtuigingen en praktijken en wordt geleid door traditie, regels en cultuur.

Sexisme is gekoppeld aan overtuigingen over de fundamentele aard van vrouwen en mannen en de rollen die ze in de samenleving zouden moeten spelen. Seksistische veronderstellingen over vrouwen en mannen, die zich manifesteren als genderstereotypen, kunnen het ene geslacht superieur maken aan het andere. Dergelijk hiërarchisch denken kan bewust en vijandig zijn, of het kan onbewust zijn en zich manifesteren als onbewust vooroordeel. Sexisme kan iedereen raken, maar vooral vrouwen worden erdoor getroffen.

Stereotypen zijn algemene overtuigingen of meningen over een bepaalde groep mensen. Stereotypen worden vaak cognitieve snelkoppelingen genoemd, ze vereenvoudigen de werkelijkheid. Stereotypen zijn meestal gebaseerd op persoonlijke ervaringen of op indrukken die we tijdens onze vroege jeugd hebben opgedaan bij volwassenen thuis, op school of via de massamedia. Negatieve stereotypen worden ook wel stigma's genoemd.

Spiritualiteit is een abstracte en subjectieve ervaring en verwijst naar een onderlinge verbinding van iets buiten onszelf en het verbinden van iets in onszelf. Het kan een verbinding zijn met God, de natuur, anderen en de omgeving. Spiritualiteit kan zowel binnen een bepaalde religie ervaren worden als buiten een georganiseerd religieus systeem of met een mix van verschillende religieuze en filosofische tradities.

Storytelling is de interactieve kunst van het gebruik van woorden en acties om de elementen van een verhaal te verbeelden en tegelijkertijd de verbeelding van de luisteraar te prikkelen. Het kan een krachtig hulpmiddel zijn bij het communiceren en op geloofwaardige wijze inhoud geven aan bedrijfswaarden, zowel door leiders als door werknemers. Intern is storytelling wat werknemers motiveert en betrokken maakt, en hen helpt om zich de waarden van het bedrijf eigen te maken.

Xenofobie is afkeer van, haat tegen of angst voor buitenstaanders. Dit kan zich uiten als vijandigheid tegenover immigranten, maar ook als haat tegenover leden van een andere stam, cultuur of religie. Iemand hoeft niet echt van een andere plaats of cultuur te zijn om een doelwit voor xenofobie te worden. Mensen kunnen anderen wantrouwen of haten puur op basis van aannames over hun accent, uiterlijk of gedrag. Racisme kan hier ook een rol in spelen. Racisme is discriminatie op basis van iemands ras of etniciteit, wat mensen soms gebruiken als rechtvaardiging voor xenofobie tegenover immigranten met bepaalde achtergronden.

Het punt is niet om mensen te laten accepteren dat ze vooroordelen hebben, maar om ze [zelf] te laten inzien dat die vooroordelen negatieve gevolgen hebben voor anderen.

*Theresa MacHenry
GM HR, Marketing and Consumer Business*



Credits



Co-funded by
the European Union





TGAL project coördinator

Bulgaria-Romanian Chamber of Commerce and Industry

www.brcci.eu/en

TGAL Toolkit ontwikkelingscoördinatie, concept en design

Mindshift Talent Advisory

www.mindshift.pt

Storytelling expert

StoryBag

www.storybag.nl

Content ontwikkeling

Institute of Development

www.iodevelopment.eu/

Future in Perspective

www.futureinperspective.com/

SEMwell and Motion Digital s.r.o

www.semwell.org

Chamber of Commerce and Industry of Slovenia

<https://eng.gzs.si/>

ExeoLab

www.exeolab.it

Alle gebruikte afbeeldingen zijn vrij opgevraagd van www.unsplash.com

In volgorde van presentative

https://unsplash.com/photos/TZZwC_xsCIY

<https://unsplash.com/photos/dZxQn4VEv2M>

<https://unsplash.com/photos/5ppL98Pxd8>

<https://unsplash.com/photos/DNkoNXQi3c>

<https://unsplash.com/photos/ZT5v0puBjZI>

<https://unsplash.com/photos/xBYsohNqXs0>

<https://unsplash.com/photos/G2vxuMIATxA>

<https://unsplash.com/s/photos/connect>

<https://unsplash.com/photos/vx9NWgiYGGA>

<https://unsplash.com/photos/9FMDYPCv8mQ>

https://unsplash.com/photos/Zpzf7TLj_gA

https://unsplash.com/photos/cw-cj_nFa14

<https://unsplash.com/photos/koJW07b-uqU>

<https://unsplash.com/photos/koJW07b-uqU>

<https://unsplash.com/photos/jSlg8GwTh0E>

<https://unsplash.com/photos/wpw8sHoBtSY>

https://unsplash.com/photos/2_Vcxq_qQuU

<https://unsplash.com/photos/RhMqVe3ogco>

<https://unsplash.com/photos/jzonFmreWok>

<https://unsplash.com/photos/XcG5XDYwwa8>

<https://unsplash.com/photos/faEfwCdOKlg>

<https://unsplash.com/photos/qYanN54glrl>

<https://unsplash.com/photos/0Nfq0WiJqc>

<https://unsplash.com/photos/Zyx1bK9mqmA>

<https://unsplash.com/photos/MTvPWWhQKZK4>

<https://unsplash.com/pt-br/fotografias/SQkDTnerAGk>

<https://unsplash.com/photos/0apZjDdRS5o>

https://unsplash.com/photos/Q80LYxv_Tbs

<https://unsplash.com/photos/Uj749Jv6Otw>

https://unsplash.com/photos/_WiRAWxAhtg

Storytelling Toolkit

THINK GLOBAL ACT LOCAL
DIVERSITY MANAGEMENT

