

## RODDEL OP DE WERKVLOER.

Een verkenning naar roddel als communicatie strategie in organisatorische verbanden.

### **Inleiding**

*Waar drie of meer mensen enige tijd met elkaar samenleven, optrekken of samenwerken is de kans groot dat op een moment twee met elkaar zullen praten over de afwezige derde.*

*Dit praten over een ander kan roddel worden.*

In deze bijdrage krijgt u een definitie van roddel, een aantal manieren om roddel te analyseren en strategieën om anders en beter om te gaan met roddel. Deze verkenning is onderdeel van een promotie- onderzoek naar de betekenis van roddel in organisaties. <sup>1</sup>

Roddel kan voor organisaties een probleem zijn. Maar het is ook een vorm van communiceren die maakt dat mensen kwesties kunnen uitwisselen die vragen oproepen over wat kan en wat niet kan. Het is communicatie buiten de formele kaders die zich moeilijk laat sturen, verbieden of managen.

De voorbeelden hebben meestal betrekking op roddelen en communiceren tussen drie groepen die in de gezondheids- en welzijnssector vaak en intensief met elkaar samenwerken: beroepskrachten, vrijwilligers en leden van een doelgroep.

## **DE KENMERKEN EN EEN DEFINITIE**

### **Roddelen als vorm van communiceren**

Roddel is een vorm van communiceren die in organisaties als problematisch wordt ervaren. Maar de ervaring is ook dat er vaak en veel geroddeld wordt zonder dat dit tot problemen leidt. (Iterson, 2006). Met een totaal verbod van roddel gaan meestal de positieve effecten van roddel verloren.

Soms voeren organisaties beleid gevoerd tegen als negatief ervaren vormen van roddel. Dit wordt uitgewerkt op basis van uitspraken als: “ Hier praten we niet over elkaar maar met elkaar” . Het gevolg kan zijn dat mensen gaan zwijgen, terwijl de informatie wel van belang kan zijn.

Praten met elkaar kan gezond zijn en heeft een aantal nuttige functies voor de organisatie en voor de mensen in de organisatie zoals: informeren, corrigeren, manipuleren en vermaak geven. (De Backer, 2006).

Het is een wijze van communiceren tussen mensen waar op een vertrouwelijke wijze zaken besproken kunnen worden die formeel (nog) niet besproken kunnen of mogen worden. (Bergmann, 1993).

In organisaties wordt door beroepskrachten gepraat over klanten, patiënten of cliënten. Praten over iemand die er niet bij is, is onderdeel van hun werk. Soms kan bepaalde informatie niet opgeschreven of formeel uitgesproken worden, terwijl de informatie wel zinvol is om te delen.

---

<sup>1</sup> Lopend promotie-onderzoek door M.M.Feddes.

Deze informele en indirecte communicatie kan dus positief en noodzakelijk zijn voor het werk.

De overgang van gewoon communiceren naar roddel is vaak een start of signaal dat duidelijk maakt dat het nu even niet meer formeel is. De deur gaat dicht, er wordt zachter gepraat. De verteller zegt bijvoorbeeld: ‘onder ons gezegd en gezwegen.....’

De betekenis die mensen geven aan het begrip roddel kan heel breed zijn – al het gepraat en geklets over mensen. Of heel smal – alleen het negatief en vals praten over een ander.

De volgende kenmerken van roddel lijken telkens in verschillende combinaties terug te komen bij de vraag wat roddel nu precies is. (Elias & Scotson, 1976; Bergmann, 1993; Kuiper, 1999; Wittek, 1999; Iterson, 2006; DeBacker, 2006)

### **Drie personen**

Bij roddel zijn altijd minimaal drie personen betrokken.

De persoon die het verhaal vertelt, iemand die luistert naar het verhaal en de persoon over wie gepraat wordt.

### **Iets negatief over een ander vertellen**

Aan het woord roddel wordt een negatieve betekenis toegekend.

### **In en uitsluiten van mensen.**

De persoon over wie gepraat wordt, weet bij een roddel niet – en mag het ook niet weten - dat er over hem of haar gepraat wordt. Het feit dat het verhaal aan jou verteld wordt, roept het gevoel op van ‘ wij versus zij’ .

### **De nieuwswaarde van het verhaal**

Een belangrijk kenmerk van veel roddels is de nieuwswaarde en een kern van waarheid. De verteller meent te weten of suggereert dat het waar is.

### **De verhalen en de sociale en morele orde.**

Mensen praten met elkaar over iemand waarbij wordt verwezen naar wat hoort en wat niet: wij zijn anders en beter dan de mensen waar we over praten.

Met deze kenmerken is het mogelijk om een (voorlopige) definitie te formuleren:

Roddel is een vorm van communiceren waarbij bepaalde mensen in vertrouwen nieuwsfeiten vertellen over anderen waarbij de eigen sociale en morele waarden hoger worden gesteld dan die van de persoon over wie gepraat wordt.

Aan de hand van deze definitie kan worden vastgesteld wanneer er sprake is van roddel, en kunnen verhalen over roddel geanalyseerd worden.

### **De verhalen over roddel**

Er is een verschil tussen de roddel en het verhaal over de roddel. Iemand vertelt dat er weer verhalen rond gaan over X. Over zijn kleding, zijn geaardheid, zijn gedrag. Dit is praten – soms roddelen – over het feit dat er geroddeld wordt. Ook een indirecte vorm van communiceren. Als mensen in organisatie praten over dat er geroddeld wordt kan dat een belangrijk signaal zijn. Dat er iets – maar wat is dan nog onduidelijk – aan de hand is.

## ANALYSE INSTRUMENTEN

### De analyse van verhalen over roddel

Een belangrijke stap voor management, werkers en vrijwilligers is luisteren en helder krijgen wat er nu precies aan de hand is. Dat betekent analyseren van het roddelverhaal en de situatie waarin geroddeld wordt.

De eerste analyse maakt gebruik van de kenmerken van roddel:

1. Zijn er drie mensen bij betrokken?
2. Welke negatief aspect is aan de orde?
3. Worden er mensen in en uitgesloten?  
Is er sprake van een verwachting, dat er 'gezwegen' wordt tegenover bepaalde mensen?
4. Is er sprake van een zekere nieuwswaarde?
5. is er sprake van een morele waarde in het verhaal? En welke?

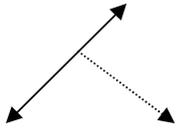
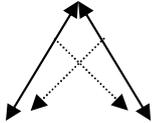
Met de volgende vragen kan het roddelverhaal nog concreter gemaakt worden.

- Wie roddelt er met wie over wie?
- Waarover?
- Waar en wanneer?
- Waarom en met welk doel?

### Wie roddelt er met wie over wie?

Met deze vraag is het mogelijk een verbinding te leggen tussen de drie betrokken personen en hun posities.

De relatie tussen verteller(s), luisteraar(s) en besproken persoon (personen) wordt een roddeltriade genoemd. Er zijn drie basisvormen van roddel te onderscheiden.<sup>2</sup>

|   |   |
|---|---|
| <p><b>De absolute roddel</b><br/>Bij deze roddelvorm is er sprake van een volledige uitsluiting van de beroddelde persoon. Duidelijk iemand die er niet bij hoort. Dit hoeft niet altijd negatief te zijn voor de organisatie. Beroepskrachten, vrijwilligers of leden van de doelgroep kunnen terecht tot de conclusie komen dat een persoon niet in de groep past</p> |  |
| <p><b>De lachende-derde roddel</b><br/>Bij deze vorm van roddelen is er sprake van iemand (of een groepje), die zowel roddelt met de een als met de ander. Hiermee wordt een positie gecreëerd waarbij het mogelijk is de een tegen de ander uit te spelen. Maar ook om tussen twee personen of groepen te bemiddelen.</p>  |  |
| <p><b>De samenbindende roddel</b><br/>Bij deze vorm van roddel is sprake van drie personen die wisselend met elkaar over elkaar praten, kletsen en roddelen. Het hoeven niet dezelfde thema's te zijn. Deze vorm is niet altijd positief maar hoeft niet negatief te zijn.</p>  |  |

### Waarover wordt geroddeld?

Roddel concentreert zich vaak rond bepaalde thema's zoals relaties, seksualiteit, uiterlijk, zelfverzorging, houding tegen over (bepaalde) mensen. Zaken die direct of indirect belangrijk

<sup>2</sup> Lopend promotie onderzoek M.M.Feddes

zijn voor de mensen en de sociale en morele verhoudingen tussen mensen raakt. Belangrijk is of de beroddelde eigenschap veranderbaar is of acceptabel gemaakt kan worden (voorbeeld: kleding suggesties; geaardheid als een gegeven).

#### **Waar en wanneer wordt er geroddeld?**

De plek waar en wanneer er geroddeld wordt kan van belang zijn. Er zijn plaatsen die uitnodigen om te roddelen; denk aan de rokersruimte. Roddel vindt ook plaats voor of na een vergadering. Soms wordt er ook tijdens het werk even een moment genomen om op informele wijze met elkaar bij te praten en te informeren (Bergmann, 1993).

#### **Waarom wordt er geroddeld?**

Welke (mogelijke) oorzaken of omstandigheden leiden tot roddel? Wat gaat vooraf aan roddel en maakt dat mensen gaan roddelen? Mensen roddelen bijvoorbeeld omdat ze zich machteloos voelen, hun verhaal kwijt moeten; jaloers of onzeker zijn; zich tekort gedaan voelen. Mensen roddelen omdat het management te weinig of te laat informatie geeft over bijvoorbeeld de reorganisatie.

#### **Waar toe wordt er geroddeld?**

Wat willen mensen bereiken met roddelen?

De roddel wordt gezien als een middel om een bepaald doel te bereiken. Bijvoorbeeld de vertrouwelijke relatie tussen de roddelaars bevestigen. Om jezelf beter te voelen. Om mensen te corrigeren indien ze dingen doen die niet mogen.

| Mogelijke oorzaken  |        | Mogelijke gevolgen   |
|---|--------|--|
| Wraak willen nemen<br>Afgunst<br>Machteloosheid<br>Informatie voordeel zien<br>Ventilatie   | Roddel | Jezelf beter voelen<br>Mensen corrigeren<br>Ontdekken wat wel en niet kan in deze groep/situatie<br>Vertrouwen in elkaar |
| Soms is er een directe relatie te leggen tussen de oorzaak, het roddelen en het gevolg.   |        |  |
| Bijvoorbeeld: ik voel me machteloos, ik roddel en ik voel me daardoor minder machteloos.<br>Deze relatie tussen oorzaak en gevolg van roddelen hoeft er niet te zijn. |        |  |

Het analyseren van roddelverhalen kan een opening geven tot een kwalitatieve verbetering van de communicatie. Het geeft inzicht in wat mensen werkelijk beweegt en raakt in een vaak sterk geformaliseerde organisatie.<sup>3</sup>

#### **De gevestigden en de buitenstaanders**

Roddel vindt plaats in groepen. De samenhang of sociale cohesie in een groep – wordt mede bepaald door roddel. Daarbij blijkt van invloed te zijn of er sprake is van mensen die er al een tijd zijn en de nieuwkomers. Deze twee groepen worden ook aangeduid als de gevestigden en de buitenstaanders. (Elias & Scotson, 1976)

In elke organisatie worden groepen gevormd – formeel en informeel – waarbij de gevestigden een machtspositie innemen ten opzichte van de nieuwkomers (de buitenstaanders).

Elke nieuwkomer – lid van een doelgroep, vrijwilliger of beroepskracht – zal er achter moeten komen wat de formele en de informele regels zijn in de organisatie.

<sup>3</sup> Dit is een belangrijk aandachtsgebied van het Spraakmakend project van de Hogeschool Rotterdam. Zie [www.spraakmakendproject.nl](http://www.spraakmakendproject.nl)

Binnen groepen en tussen groepen ontstaan vanzelf relaties waar macht en machtsvorming plaatsvindt. Roddel kan inzicht geven in deze strijd om de macht, welke waarden en normen een rol spelen, en welke verschuivingen plaatsvinden.

De roddels geven inzicht in hoe de gevestigden bepalen welke mensen toegelaten worden tot de groep – leden van de doelgroep, vrijwilligers, beroepskrachten - of juist niet.

Dit kan positief maar ook negatief zijn voor de organisatie.

De buitenstaanders weten niet als ze een nieuw sociaal verband instappen hoe de werkelijke verhoudingen liggen.

De buitenstaanders/nieuwkomers worden door sommige mensen in vertrouwen genomen, gewaarschuwd voor bepaalde mensen zonder precies te weten welke plek de verteller werkelijk inneemt in het geheel. Onderstaand schema helpt bij in kaart brengen wie er met wie over wie roddelt. Met aandacht voor de vraag of het een gevestigde of een buitenstaander/nieuwkomer is.(G/B)

|  |   | Wie<br>praat er | Met<br>wie | Over<br>wie |
|--|---|-----------------|------------|-------------|
|  |   | G/B             | G/B        | G/B         |
| Beroepskrachten met elkaar over elkaar                           | 1 |                 |            |             |
| Vrijwilligers met elkaar over elkaar                             | 2 |                 |            |             |
| Leden van de doelgroep met elkaar over elkaar                    | 3 |                 |            |             |
|  |   |                 |            |             |
| Beroepskracht met vrijwilliger over beroepskracht                | 1 |                 |            |             |
| Beroepskracht met vrijwilliger over vrijwilliger                 | 2 |                 |            |             |
| Beroepskracht met vrijwilliger over lid van de doelgroep         | 3 |                 |            |             |
| Beroepskracht met lid van de doelgroep over beroepskracht        | 4 |                 |            |             |
| Beroepskracht met lid van de doelgroep over vrijwilliger         | 5 |                 |            |             |
| Beroepskracht met lid van de doelgroep over lid van de doelgroep | 6 |                 |            |             |
| Vrijwilliger met lid van de doelgroep over beroepskracht         | 7 |                 |            |             |
| Vrijwilliger met lid van de doelgroep over vrijwilliger          | 8 |                 |            |             |
| Vrijwilliger met lid van de doelgroep over lid van de doelgroep  | 9 |                 |            |             |

Na deze analyse van de roddel wordt gekeken naar de alternatieven die mensen in organisaties hebben – of denken te hebben - bij het omgaan met nieuwe informatie.

## COMMUNICATIE STRATEGIEËN

### Roddel en andere communicatie strategieën

In de lijn van de sociale controle strategieën kan gesproken worden van vijf communicatie strategieën om informatie uit te wisselen. (Wittek, 1999)

Als mensen informatie hebben, dan willen ze deze meestal met anderen delen.

Je hebt iets gezien of gehoord over een bepaalde persoon, een kwestie die direct of indirect van belang kan zijn voor de organisatie, het doel van de organisatie, of de samenwerking tussen mensen. De volgende informatie bij voorbeeld kan leiden tot roddel in een organisatie.

|  |  |  |
|--|--|--|
| De collega van de andere afdeling die nu solliciteert naar de nieuwe functie van teamleiding, heeft er bij haar vorige werkgever een puinhoop van gemaakt. | Je hoorde dat de nieuwe vrijwilliger wegens handastelijkheden bij een voetbalvereniging eruit gezet is | De manager is gezien met een van de nieuwe jonge vrijwilligers in een restaurant.                  |
| Je zag een collega die zich ziek heeft gemeld in een verhuishagen rijden.  | Een van de nieuwe bewoners heeft in een maand tijd al twee intieme relaties met andere bewoners.       | De voorzitter zou verteld hebben tijdens een bedrijfsfeest dat hij regelmatig naar de hoeren gaat. |

De persoon met deze informatie voelt dat het verder vertellen misschien niet passend is, maar er is ook twijfel over hoe relevant het kan zijn voor het werk?

Vijf communicatie strategieën – mogelijkheden om met informatie om te gaan.

**a. Je kunt je mond houden** maar je toch afvragen of het - beroepsmatig - misschien je verantwoordelijkheid is om er iets mee te doen of met iemand er over te praten. Maar met wie?

**b. Je kunt met de persoon in gesprek gaan** over de kwestie maar er is een kans dat de ander (terecht of niet) er niets mee kan of wil. Of dat de relatie er niet naar is. Of dat het de relaties verslechtert zonder dat het iets positiefs zal opleveren. Met wie kun je deze twijfel bespreken?

**c. Vertellen aan de leidinggevende**, of de vertrouwenspersoon in de organisatie. Mogelijk twijfel je of het wel een kwestie is die van belang is voor het werk en de organisatie; je wilt niet bekend staan als verklikker. Wat zou een bevriende collega je adviseren?

**d. Aan de orde stellen in een formeel overleg.** Er kan twijfel zijn of het passend is het onderwerp aan de orde te stellen. Hoe zullen collega's reageren.?

**e. Er over praten met een collega die je vertrouwt.** Je probeert na te gaan hoe anderen in de organisatie erop reageren en wellicht nieuwe en aanvullende informatie hebben waaruit blijkt dat de kwestie voor het werk en de organisatie van belang is of dat het toch net anders ligt.

Door telkens na te gaan welke vorm van communicatie gegeven een concrete situatie passend en correct is kan de sfeer en de samenhang van een team of afdeling bevorderd worden. Dat kan betekenen dat in een aantal situaties roddelen een constructieve bijdrage kan leveren aan de werksfeer maar ook positief kan zijn bij het realiseren van de organisatiedoelen.

In plaats van het verbieden van roddel is het stimulerend en uitdagend telkens de vraag te stellen welk communicatie strategie passend en correct is gegeven deze specifieke situatie.

### Tenslotte.

Roddel is hier behandeld als een communicatie strategie die naast andere strategieën in organisaties gebruikt kan worden. Roddel is echter meer dan alleen informatie uitwisselen. Roddel kan ook een effectieve vorm van sociale controle zijn in groepen die zorgt dat mensen zich houden aan de formele en de informele regels van de organisatie en het beroep. Roddel

kan ook een heerlijke vorm van amusement zijn die het plezier in het werk vergroot. En roddel kan ook een prachtig middel zijn om het gevoel van bij elkaar horen te creëren. Deze aspecten van roddel zijn hier minder nadrukkelijk aan de orde gekomen.

#### LITERATUUR

- Bergmann, J. R. (1993). *Discreet Indiscretions*. Walter de Gruyter & Co, New York
- DeBacker, C. (2006). *Roddelen. Waarom roddelen gezond is*. Unieboek BV, Houten/Antwerpen.
- Elias, N & Scotson, J.L. (1976). *De gevestigden en de buitenstaanders*. Spectrum Utrecht/Antwerpen.
- Iterson, A. (2006) *Roddel en macht op het werk*. Uit: HR strategie voor HR manager met visie. Jrg 2 oktober 2006 nummer 5
- Kuiper, G. (1999). *Roddelen, verwensen en lachen*. VU Uitgeverij. Amsterdam.
- Wittek, R. (1999). *Interdependence and informal control in organizations*. Rafael Wittek