

'Ik ben dol op dit boek! Of je het nu 'roddelen' noemt, 'vuilspuiterij' of 'in verbinding staan met de wandelgangen', als je niet in staat bent om een breed scala aan informatie te kunnen uitwisselen, kan dat je carrière sterk beperken. Dominique Darmon is er prachtig in geslaagd om uit te leggen waarom je op het werk op de hoogte moet zijn van alle nieuwtjes en hoe je dat op een respectvolle en integere manier kunt doen.'

— Dr. Lois Frankel, auteur van de *New York Times* bestseller *Nice Girls Still Don't Get the Corner Office*

'Dit is verplichte literatuur voor iedereen die denkt dat alleen slechte mensen roddelen. De auteur maakt duidelijk dat roddelen een positieve rol kan spelen, als je je aan de spelregels houdt. Dominique Darmon beschrijft die regels uiterst duidelijk en wie wil daar nou niet meer over weten

— Len Middelbeek, voormalig eindredacteur bij het NOS Journaal en RTL Nieuws, woordvoerder bij het ministerie van Economische Zaken en coauteur van het boek *Publieke communicatie*

'*Roddel je naar de top* biedt waardevolle inzichten voor een onvermijdelijk en waardevol aspect van menselijke interactie: roddelen. Er zijn geweldige lessen voor zowel op het kantoor als tijdens Zoomsessies.'

— Jonah Berger, professor aan de Wharton School van de Universiteit van Pennsylvania en auteur van de bestsellers *Contagious*, *Invisible Influence* en *The Catalyst*

'Een uitstekende benadering van roddels en geruchten. De wetenschappelijke onderbouwing in het boek van Darmon is solide en zal je geest openen voor een bredere blik op deze fascinerende menselijke kwaliteiten. Moge het op gelijke voet staan met de kunst van het klagen!'

— Bart Flos, auteur van de bestseller *Het anti-klagboek*

‘In dit zeer leesbare boek heeft Dominique Darmon heel duidelijk gemaakt dat er menselijke gedragingen zijn die boven culturen uitstijgen. Roddelen is daar een goed voorbeeld van. Hoewel de wijze waarop het tussen culturen op verschillende manieren kan worden gedaan, blijft het roddelen belangrijk en betekenisvol voor de mensheid. Een aanrader!’

— Fons Trompenaars, spreker, adviseur, onderzoeker en auteur van o.a. *Riding the Waves of Culture* en coauteur van *Einde discussie*

‘Je hebt het niet van mij hoor, maar dit is een schandalig goed boek! Oké, ze gaat wat kort door de bocht, maar met gevatte inzichten, een scherpe pen en een sterke basis vanuit de literatuur en anekdotes, dus wat maakt dat uit?’

— Gert Jan Hofstede, professor Artificial Sociality aan Wageningen University & Research, buitengewoon hoogleraar aan de North-West University in Zuid-Afrika en coauteur van de internationale bestsellers *Cultures and Organizations* en *Exploring Culture*

‘Een geweldige introductie voor iedereen die interesse heeft om meer over roddelen te leren. Vol herkenbare voorbeelden en praktische adviezen.’

— Elena Martinescu, onderzoeksmedewerker aan de Vrije Universiteit

Roddel je naar de top

De ultieme kantoorgids

Dominique J. Darmon
Vertaald door Laurens Molegraaf



Amsterdam University Press

Oorspronkelijk gepubliceerd als *Have I Got Dirt For You*

© 2022 Amsterdam University Press, Amsterdam

Vertaald door Laurens Molegraaf

Afbeelding frontispice: Shirley, Warlich, Ede

Auteursfoto: Solography Studios, Montreal

Ontwerp omslag: Robbie Smits

Ontwerp binnenwerk: Crius Group, Hulshout

ISBN 978 94 6372 679 5

e-ISBN 978 90 4855 780 6 (ePub)

DOI 10.5117/9789463726795

NUR 801

© Dominique J. Darmon / Amsterdam University Press B.V., Amsterdam 2022

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

De uitgeverij heeft ernaar gestreefd alle copyrights van in deze uitgave opgenomen illustraties te achterhalen. Aan hen die desondanks menen alsnog rechten te kunnen doen gelden, wordt verzocht contact op te nemen met Amsterdam University Press.

Voor mijn ouders René en Nicole

Inhoud

Inleiding	11
Wat is roddelen?	14
De oorsprong van het woord 'roddelen'	16
Houdingen ten opzichte van roddelen	18
Waarom we onze mond niet kunnen houden	24
Hoeveel is te veel?	27
Roddel je naar de top	29
Tips voor medewerkers	29
Tips voor managers	31
1 Twaalf redenen om te roddelen	33
Informatie vergaren	34
Groepsnormen in stand houden	35
Bedrijfscultuur leren kennen	37
Verbinding maken en ergens bij horen	41
Iets voor de ander terugdoen	44
Stoom afblazen	44
Denkbeelden bevestigen	45
Verwarrende situaties begrijpen	46
Elkaar vermaken	48
Met elkaar wedijveren	49
Invloed op elkaar uitoefenen	50
Specifieke triggers	54
Emotie	55
Geagiteerde situaties	57
Hoe roddelen je beïnvloedt	57
Redenen waarom mensen niet roddelen	60
Een prominent winstgevend doelkader	62
Een prominent normatief doelkader	63
Roddel je naar de top	64
Tips voor managers	69
Tips voor medewerkers	72

2	Geloofwaardigheid	77
	Het verschil tussen roddels, geruchten en andere vormen van verstoorde informatie	77
	Soorten geruchten	80
	Valse hoop of wensvervulling	80
	Vooruitlopende geruchten	80
	Angstgeruchten	81
	Agressieve geruchten	83
	Tweedrachtgeruchten	85
	Functies en eigenschappen van geruchten	86
	Overdracht en nauwkeurigheid	88
	De wandelgang	89
	Geloofwaardigheid	90
	Het afschrikeffect	92
	Overdracht	94
	Anonimiteit	94
	Hoe geruchten en valse informatie zich verspreiden	96
	Het medium is de boodschap	97
	Besmetting	99
	Geruchten als wapen	101
	Roddel je naar de top	106
	Tips voor medewerkers en managers	108
3	De roddelmechanismes	117
	Waar we over roddelen	117
	Werkgerelateerde roddels	119
	Niet-werkgerelateerde roddels	125
	Over wie we graag roddelen	128
	De manager	128
	Nabijheid	132
	Betrapt: Als de derde partij niet meer afwezig is	135
	Roddel je naar de top	138
	Tips voor medewerkers en managers	143
	Tips voor medewerkers	145
	Tips voor managers	147

4	Wie	149
	Professionele roddelaars	149
	Wat heeft gender ermee te maken?	152
	Bitchy of assertief? Stereotyperingen en verwachtingen	155
	Verschillende roddelstijlen	159
	Met wie we roddelen	160
	Bondgenootschappen	161
	Optimaal aantal mensen	164
	Relaties tussen roddelaars	165
	Hiërarchie en roddelen	169
	Roddel je naar de top	174
	Tips voor vrouwelijke medewerkers	175
	Tips voor managers	176
	Tips voor medewerkers	177
5	Intercultureel roddelen	179
	Culturele regels	182
	High-context versus low-context	183
	Individualisme versus collectivisme	185
	Grote machtsafstand versus kleine machtsafstand	189
	Masculiniteit versus femininiteit	193
	Onzekerheidsvermijding	195
	Informatiestroom	196
	Eer-, waardigheids- en aanzien-culturen	197
	De invloed van religie	198
	Vertrouwen en vriendschap	200
	Roddelstijlen	203
	Geaccepteerde roddelonderwerpen, afhankelijk van de cultuur	204
	Hoe direct kun je zijn?	207
	Humor	214
	Het geslacht doet ertoe	220
	Roddel je naar de top	222
	Tips voor managers en medewerkers	224

6 De locatie doet ertoe	231
Het traditionele kantoor	231
De rokershoek	232
Thuiswerken	233
On-stage en off-stage	237
Gedragsregels voor online roddelen	239
Krimpemde netwerken	241
Flexwerkplekken	244
De impact van cultuur op een plek	247
Cultuur en werken op afstand	249
Roddel je naar de top	250
Tips voor medewerkers	252
Tip voor managers	253
Conclusie: Roddel je naar de top	255
Redenen om te roddelen	256
Geloofwaardigheid	256
Roddelmechanismes	257
Wie	258
Cultuur	259
Locatie	259
Over de auteur	262
Dankwoord	263
Bronnenlijst	265
Boeken en artikelen	265
Nieuws	271
Presentaties	273
Populaire cultuur (literatuur)	274
Populaire cultuur (series en films)	274
Register	277

Inleiding

Als je over roddelen begint, denken mensen meestal als eerste aan pesten, een onveilige werkplek een gebrek aan privacy. Veel artikelen over dit onderwerp adviseren medewerkers om niet te roddelen, en managers om een antiroddelbeleid op het werk in te voeren.

Hoewel roddelen op het werk meestal wordt afgekeurd, tonen veel studies aan dat roddelen in organisaties niet alleen onvermijdelijk is, maar zelfs een positief communicatiemiddel kan zijn. Uit onderzoek blijkt dat mensen die zeggen dat ze nooit roddelen worden gezien als sociaal onbekwaam, maar dat de mensen die constant bij de koffieautomaat staan te kletsen al snel voor onbetrouwbaar doorgaan.

Er bestaat een optimale hoeveelheid tijd om aan roddelen te besteden, wat ik de *sweet spot* van roddelen noem. Het bepalen van die optimale hoeveelheid tijd vereist een delicate balans. Maar het is niet enkel de hoeveelheid tijd die je aan roddelen besteedt die voor een medewerker of manager het verschil maakt tussen succes en falen.

Francis McAndrew (2014) zegt dat de meeste studies alleen kijken naar of iemand wel of niet deelneemt aan roddelen. Er is weinig onderzoek gedaan naar waarover wordt geroddeld en hoe collega's zich gedragen in roddelsituaties. De auteur benadrukt dat het om kwaliteit boven kwantiteit gaat en dat mensen die weten hoe ze op bekwame wijze moeten roddelen, meer gewaardeerd worden door hun gelijken en een betere sociale positie innemen. 'Roddelen is een sociale vaardigheid en geen misstap', schrijft hij. Een andere onderzoeker, Brian Robinson (2016), claimt zelfs dat goed roddelen een deugd is.

In dit boek onderzoek ik zowel academische perspectieven als observaties van medewerkers en managers van over de hele wereld, op zoek de manier om jezelf naar de top te roddelen. Ik laat zien dat niet alleen de kwantiteit bepalend is of je met succes roddelt.



Andere aspecten, zoals redenen om te roddelen (hoofdstuk 1), geloofwaardigheid (hoofdstuk 2), werkwijzen (hoofdstuk 3), met wie we roddelen (hoofdstuk 4), cultuur (hoofdstuk 5) en locatie (hoofdstuk 6) spelen allemaal een cruciale rol bij de kunst om succesvol te roddelen op het werk. Het is van belang om deze aspecten te begrijpen en te weten hoe je ze op elkaar afstemt. Medewerkers die verkeerd roddelen kunnen makkelijk het vertrouwen van hun collega's verliezen en krijgen al snel een negatieve reputatie. En er is vaak een miniem verschil tussen geaccepteerd en onacceptabel roddelen.

Als je dit boek hebt gelezen begrijp je hoe en waarom mensen roddelen, aan welke codes en gedragsregels zij zich moeten houden, en leer je om effectiever te roddelen. Wat ik in dit boek beweer, wordt onderbouwd door wetenschappelijke studies naar roddelen en geïllustreerd door verhalen en ervaringen van mensen die in een breed scala aan bedrijven van over de hele wereld werken, en door voorbeelden uit films, Netflix- en televisieseries, kunst en literatuur. Aan het einde van elk hoofdstuk worden praktische tips gegeven voor managers en medewerkers hoe je een aantal van de meest voorkomende fouten kunt voorkomen.

Niet alleen de definitie van roddelen is erg subjectief, dat geldt ook voor hoe we over diverse roddelscenario's oordelen. Verschillende mensen zullen heel anders tegen dezelfde situatie en dezelfde roddelaar aankijken. Het is daarom ook belangrijk om te beseffen dat er geen keiharde waarheden of bewezen formules bestaan. Het doel is om de lezer op een aantal situaties te laten reflecteren en mogelijk ook op zijn of haar eigen gedrag.

Het is verleidelijk om ons enkel te richten op het effect dat roddelen heeft op de afwezige derde partij – zoals bij onderzoeken naar pesten op het werk (Rayner en Cooper, 2002; Riggio, 2020) – maar het is volgens Giardini en Wittek (2019) net zo belangrijk om na te denken over het effect op de roddelaar en de luisteraar. Dit boek onderzoekt alle drie deze rollen, met een duidelijke nadruk op de roddelaar, omdat het ons doel is om goed te leren roddelen.

Gedurende mijn research heb ik aan diverse onderzoeksprojecten gewerkt, flink wat lezingen en seminars over dit onderwerp gegeven en veel van mijn studenten aan het onderzoek laten deelnemen. Studenten International Communication Management, studenten met het keuzevak Journalistiek en Media en studenten van andere opleidingen aan de Haagsche Hogeschool hebben meegewerkt aan een groot aantal interviews met mensen die in verschillende branches werken over de hele wereld.

Dit boek illustreert ook dat mensen uit verschillende landen anders roddelen en hoe makkelijk het is om over andermans grenzen te gaan of in misverstanden verzeild te raken. Omdat steeds meer organisaties tegenwoordig in een diverse omgeving werken met multiculturele teams, kan het lezen van dit boek medewerkers en managers helpen om met elkaar aan onderling vertrouwen te werken.

Waar sommige reacties en ervaringen sterk verschillen per culturele achtergrond, gold dat voor andere situaties juist niet. Zoals ik mijn studenten Interculturele Communicatie altijd voorhoud: je moet interculturele theorieën altijd met een slag om de arm beschouwen. Het is onmogelijk om scherpe aannames over een bepaald land te maken, aangezien een cultuur altijd een optelsom is van verschillende subculturen en