



SCHRIJFWIJZER



Orde van
Organiseerders
en -adviseurs

SCHRIJFWIJZER

Jaarthema Ooa | Het digitale organisatieleven

Wat is jouw praktijk?

Dit jaar gaat het gesprek binnen de Ooa over het begrip 'organisatieleven'. Een begrip dat verwijst naar hoe organisaties als gemeenschappen van mensen eigenlijk werken. Denk aan woorden als de bovenstroom/onderstroom, organisatorische werkelijkheid, webben (zoals Annemieke Roobeek het noemde). Een begrip waarbinnen de gespreksstroom – in geschreven of gesproken woorden, live of online – een constante is. Praktijken van Ooaleden verschillen (N=1), daarover faciliteren we graag het gesprek.

Cyclus van drie releases

Voorjaarsrelease & de Hijmanslezing:

Welke associaties heb je hierbij als Ooa-lid? Wat zijn de vragen die bij je op komen? Welke kanten heeft het thema 'het digitale organisatieleven' allemaal?

Zomer-release & de Impactdag: het Ego. Annemieke Roobeek pleit om van ego naar eco(system) te gaan. Hoe zetten we onszelf neer in de digitale wereld? Klopt dat met wie we echt zijn? Hoe verhouden we ons tot anderen? Wat te denken van bedrijven die aan Green Washing doen? Wat te denken van trends als The Great Resignation: gaan we echt voor echt? Maar ook, wat te denken van Instagram of LinkedIn-berichten waar we er allemaal op ons voordeligst uitzien? Hoe kunnen we dan nog verbinding maken met anderen? De Impactdag heeft als belangrijkste doelgroep jonge adviseurs en we streven ernaar de organisatie samen op te pakken met het Young Consultancy Network.

Najaarsrelease & de Dag van de Adviseur: A Company Carol. The organizational ghost of yesterday, today and tomorrow. Hier dus meer het organisatie-perspectief en de confrontatie tussen oud en nieuw, ook in de structuur. Annemieke zette de traditionele bureaucratie bij het oud vuil, maar heeft de bureaucratie zichzelf daar al neergezet. Er zijn nog oude structuren over, wreekt zich dat of helpt dat? En wat betekent de transformatie naar morgen? Wat is taal en wat is echt een innovatief organiseren?

Uitnodiging

Wat zijn jouw aspiraties en inspiraties als het gaat om bovenstaande thema's? Lever jouw bijdrage aan als podcast, filmpje of artikel. Tijdens de releasemomenten etaleren we de mooiste collectie van bijdragen in de Ooa-vitrines: de website of het tijdschrift. Rond de belangrijkste thema organiseren we op de Ooa-dagen discussies en/of workshops.

Schrijfwijzer

Vijf vragen voor het richten en aanleveren van een (audio)bijdrage:

1. Hoe om te gaan met N=1? Gaat de bijdrage over de eigen praktijk, voeg dan altijd een kader toe, waarin je de eigen positie beschrijft: wat is jouw functie, wat is jouw belang bij het onderwerp, onderzoek, de uitkomst?
2. Sluit de bijdrage aan bij het thema van de komende release? (voorjaar, zomer, herfst, winter?) en is de insteek actueel en aantrekkelijk voor de lezers?
3. Reflectievraag: hoe draagt mijn bijdrage bij aan andere praktijken en/of vak gerelateerde inzichten?
4. Wat blijft er met de focus van de bijdrage buiten beeld? (en is dus voer voor nader onderzoek?)
5. Lengte: Artikelen zijn welkom in diverse vormen (column, interview, recensie of achtergrondartikel). Maximale lengte: 1500 woorden.

De redactie maakt van elk artikel een korte review en koppelt de bevindingen terug naar de auteur(s), waarbij het de insteek is om het artikel over de drempel naar publicatie te halen.

Waarom schrijven?

Een afspraak maken voor publicatie begint doorgaans bij de motivatie. Waarom schrijven mensen? Iedereen heeft daarvoor zijn eigen redenen. Houd het volgende in gedachten:

- Iedereen kan schrijven, de één heeft een wat betere stijl dan de ander. Sommigen schrijven snel, anderen wikken hun woorden in iedere zin. Denk nooit dat u niet geschikt bent om voor een groot publiek te schrijven. Er is altijd hulp te vinden: collega's, partners, professionele redacteuren. Ook onze redactie kan u daarbij behulpzaam zijn.
- Met schrijven dwingt u uzelf goed na te denken. Wat u beweert moet kloppen en begrijpelijk zijn. Dit effect is veel sterker dan bij een gesproken mededeling. De consequentie daarvan is dat als u een artikel maakt het complete plaatje zich gaat vormen in uw hoofd. Nieuwe verbanden dienen zich aan. U formuleert nieuwe conclusies. Kortom, met het schrijven ontwikkelt u nieuwe inzichten. U maakt zich meester van een onderwerp. Dit voordeel blijft nog lang nadat de publicatie is afgerond.
- Wie schrijft die blijft. Dat is in de zin van bijblijven, maar ook zeker in de zin van bekend blijven. Als uw organisatie schrijven niet motiveert, zorg dan voor eigen motivatie. Als u regelmatig in de pers staat levert dat vroeg of laat wat op. Een opdracht, een carrièrekans. Een goed artikel schrijven en publiceren in een toonaangevend tijdschrift kan dus een belangrijke persoonlijke investering zijn.

Hoe schrijven?

- Een goed artikel begint bij een kop en subkop. Als u deze kunt bedenken, weet u ook waarover u wilt schrijven. Omgekeerd werkt vaak niet goed. Als u eerst schrijft en daarna niet op een geschikte kop kunt komen, ligt dat niet aan uw creativiteit. Stel uzelf de vragen: waarover wilde u ook alweer schrijven? Welk 'statement' wilde ik maken? Is dat er wel voldoende uitgekomen?
- Een artikel heeft altijd een inleiding. Deze heeft de volgende functies:
 1. De lezer inzicht bieden in het artikel en het nut tonen.
 2. De lezer aansporen om te lezen door de nieuwsgierigheid aan te wakkeren.
- Een intro mag niet langer zijn dan 100 woorden en is bedoeld om de lezer een globaal beeld te geven van de strekking van het artikel en uit te nodigen verder te lezen. Tip: Zorg dat er in 'de eerste tien centimeter' van het artikel een bewering wordt gedaan die de lezer op het puntje van zijn stoel zet. Dan heeft u de grootste kans dat het artikel compleet wordt gelezen.
- Zorg dat een artikel een pakkende kop heeft, die niet te lang is. Bij de kop hoort een subkop. Deze vult de kop aan en licht deze toe. De kop is dus vooral pakkend, de subkop vooral toelichtend.
- Een goed gestructureerd artikel begint met een korte intro. Deze intro dient niet langer te zijn dan 100 woorden; een intro is bedoeld om de lezer een globaal beeld geven van de inhoud en strekking van het artikel en moet dus uitnodigend zijn.
- Een artikel goed structureren is lastig. Er bestaan richtlijnen in de zin van samenvattingprobleemstelling-uitwerking-conclusies-bronvermelding. In professionele tijdschriften hebt u hier niet zoveel aan. Wat helpt wel? Zorgen voor een logische opbouw. Houd een verhaallijn vast, plaats gedetailleerde uitweidingen en zijsprongen in aparte kaders. Als u een praktijkartikel schrijft en wilt toch een theorie tonen, dan is een kader een goede oplossing. Eindig met een opsomming van voor- en nadelen. De conclusie heeft meestal een aanbeveling en een blik in de toekomst. Tip: Zoek de parels in uw artikel. Zorg dat iedereen ze kan zien.