

Odczarowanie I&D czyli pełna skala różnorodności

Do obszaru inkluzywności i różnorodności łatwo dokleić upraszczającą łątkę lub wykorzystać go jako modny trend. Ale jak działać, żeby przynosić realną wartość pracownikom oraz lokalnej społeczności i czy może się to łączyć z biznesowym zyskiem dla organizacji? O pełnej skali różnorodności – która musi iść w parze z inkluzywnością – rozmawiają Roksana Nisbet i Magdalena Pawłowska.



Roksana Nisbet

Global Learning
& Development
Aon Kraków



Magdalena Pawłowska

Marketing
& Communications
Aon Warszawa

Magda: I w Warszawie, i w Krakowie jako Rada do spraw Inclusion & Diversity na początku działalności mierzyliśmy się z problemem „**tęczowej łątki**”.

Roksana: To prawda. Akurat zaczęliśmy od kilku inicjatyw związanych ze społecznością LGBTQ+ i takie właśnie skojarzenie z obszarem I&D miała część pracowników.

Pamiętam jedną sytuację z zeszłego roku. Rozmawialiśmy w małej grupie osób przed spotkaniem i wspomniałam wtedy o nadchodzących inicjatywach związanych z Pride Month (Miesiąc Dumy). W odpowiedzi usłyszałam: „No tak, takie I&D ile kolorów w tęczy”. Miał to być żart, ale dosyć uszczypliwy.

Magda: I jak na to zareagowałaś?

Roksana: Po „ludzku” – skwitowałam, że jeśli w organizacji tylko tak widoczna jest praca związana z tematem I&D, to przed nami jeszcze sporo zmian.

Magda: Słusznie. Jest to z pewnością problem w większości organizacji – **jak zwiększyć zasięg działań z obszaru różnorodności i inkluzywności, aby**

wspierać wszystkie grupy społecznościowe.

I to wspierać tak realnie. Często bowiem działania firm na przykład na rzecz społeczności LGBTQ+ sprowadzają się do zmiany logo na tęczowe w okresie Pride Month. Trochę trudniej znaleźć przykłady systemowych rozwiązań obejmujących chociażby pomoc osobom transpłciowym w procesie tranzycji czy oferowanie benefitów rodzinnych dla par tej samej płci.

Roksana: Podobną sytuację mamy co roku w okolicach dnia kobiet, kiedy to pracodawcy celebrować równość płci. Niestety nie zawsze idzie to w parze z niwelowaniem luki płacowej czy eliminowaniem nieświadomych uprzedzeń w procesach HR-owych. Tęczowe logo oraz manifestacje pod tym symbolem są widoczne



Inkluzywność w firmie ma sprawić, że różnorodność będzie działać w praktyce dla wszystkich stron

w mediach, szczególnie społecznościowych, co też często jest celem samym w sobie. W końcu **jednym z najważniejszych aspektów pracy w obszarze I&D jest zwiększenie widoczności pewnych grup społecznych, ale czy budowanie różnorodności w środowisku korporacyjnym nie powinno mieć głębszego sensu?**

Magda: Oczywiście, że tak. Patrząc chociażby na publikacje znanych nam organizacji takich jak McKinsey czy MIT Sloan, łatwo zauważyć **zależność pomiędzy różnorodnym i inkluzywnym charakterem zespołów a ich poziomem kreatywności i innowacji**, możliwości podejmowania etycznych decyzji czy lepszego rozpoznania potrzeb klientów. Aon także opublikował [raport „2022 Global Diversity, Equity and Inclusion Survey”](#), z którego wynika, że 82% firm o wysokim poziomie zaangażowania ma jasno określoną definicję DE&I.

Roksana: Czyli wszystko, co potrzebne jest firmom do lepszego funkcjonowania na rynku pracy. Jednak wciąż obserwujemy działania wynikające z powierzchownego traktowania tematu, dyktowane czy to brakiem wiedzy, czy pink-washingiem (nieetycznym działaniem na pokaz). Tymczasem badania jasno pokazują, że zwiększenie różnorodności i inkluzywności jest kluczowe w rozwoju firm, a ten cel można osiągnąć jedynie poprzez **systematyczne wdrażanie przemyślanej strategii**. Jak to wygląda w Aonie w Polsce?

Magda: Elementy globalnej strategii Inclusion & Diversity wpisane są w cele naszych liderów, działów People czy Talent Development – także na poziomie lokalnym. Do tego plan działania na każdy kolejny rok opracowujemy w ramach rady ds. I&D. Bo rozwój obszarów różnorodności i inkluzywności to nie tylko domena HR-u. To odpowiedzialność każdego z nas, a zwłaszcza kadry kierowniczej i menadżerskiej. Wszyscy liderzy przyczyniają się do budowania integracyjnych zespołów, ale prawdą jest również, że wszyscy jesteśmy liderami, jeśli chodzi o nasze codzienne interakcje i decyzje. Pracownicy na każdym stanowisku i w każdym dziale mają strefę wpływów, w której ich postawy i zachowania mogą przyczynić się do realizacji ogólnej misji I&D lub ją osłabić.

Roksana: Tym bardziej, że zasięg różnorodności jest bardzo duży, a pod parasolem tego terminu znajdują się nie tylko etniczność, orientacja i tożsamość płciowa czy religia. To również takie widoczne i niewidoczne aspekty jak niepełnosprawność, neuroróżnorodność oraz typ relacji z najbliższymi, na przykład rodzicielstwo, opieka nad osobami starszymi lub chorymi. Wszystkie te kwestie składają się na to, kim jest każdy z pracowników firmy. Jeśli więc pracodawca chce **tworzyć miejsce przyjazne i komfortowe, gdzie wszyscy mogą czuć się w pełni sobą**, musi pamiętać o tym, co nas łączy, a co różni.

Magda: Zgadzam się! I tutaj dotknęłaś jeszcze jednej ważnej sprawy. Bo jeśli już do organizacji zaprasza się różnorodne talenty, to nie wystarczy tylko tę różnorodność celebrować, chociaż jest to więcej niż wskazane. Trzeba także zaopiekować się tą drugą literką z akronimu I&D. **Inkluzywność w firmie ma sprawić, że różnorodność będzie działać w praktyce dla wszystkich stron**. Że nikt nie poczuje się wykluczony, ponieważ firma nie zadbała o specjalne potrzeby związane z konkretnym obszarem różnorodności, albo że hasła z mediów społecznościowych nie do końca znajdują odzwierciedlenie w codziennej praktyce. Trudniej zmienić procedury HR-owe niż przygotować post na LinkedIna, ale realna wartość dla pracowników zdecydowanie związana jest z tym pierwszym krokiem.

podcast

Jednym z elementów strategii I&D może być wdrożenie w firmie języka inkluzywnego. O dobrych praktykach w tym obszarze rozmawiamy z ekspertkami od komunikacji w premierowym odcinku podcastu „Różnorozmowy”

posłuchaj >>