

Nationale Waardepeiling van Bond zonder Naam.



versterkt het beste in mensen

Ter gelegenheid van haar 50ste verjaardag organiseerde Bond zonder Naam de

Eerste Nationale Waardepeiling

onder de Hoge Bescherming van Hare Koninklijke Hoogheid Prinses Mathilde.

Vandaag hebben meer dan **8.300 Belgen** hieraan deelgenomen.
Met dit onderzoek wou Bond zonder Naam de top-10 van waarden,
die onze samenleving belangrijk vindt om goed te kunnen samen leven,
in kaart brengen.

De peiling is slechts de opstap om met u,
werk te maken van waarden. Met de uitkomst willen we aan de slag.

www.nationalewaardepeiling.be

Inhoud van dit document

1. **Aanleiding en opzet van de peiling**
2. **Het gekozen instrument**
3. **Profiel van de deelnemers**
4. **De top 10 van de Vlaming**
5. **Het bewustzijnsmodel of de 7 niveaus**
6. **Entropie en springwaarden: kans tot transformatie**



1. Aanleiding en opzet van de peiling.

Waarden zijn niet soft... ze zijn van levensbelang!

'Waarden leven' kan het verschil maken tussen zelfdoding of de ervaring van een zinvol bestaan.

Recent onderzoek (E.P. Seligman en B. Fredricson e.a.) toont aan dat mensen actief invloed kunnen uitoefenen op de graad van duurzaam geluk die ze ervaren.

De formule om gelukkig te worden is wetenschappelijk bewezen:

- je talenten ontwikkelen,
- in staat zijn kwalitatieve en duurzame relaties aan te gaan,
- waarden of deugden ontwikkelen én
- het vermogen je eigen talenten in verbinding te brengen en met een hoger doen, met een groter geheel.

Laat nu net deze bouwstenen voor authentiek en duurzaam geluk in de abstractie zitten, maar ook deel uitmaken van onze 'circle of influence' die het grootst is. Precies, gelukkig zijn kunnen we leren. (Seligman)

Met haar Nationale Waardepeiling wil Bond zonder Naam dus investeren in een proces dat het duurzaam geluk van mensen verhoogt.

Iedereen heeft het vandaag over waarden. Vraag is: "Hoe haal je die uit de vaagheid? Hoe maak je ze tot een thema van gesprek op een manier die ons vooruit helpt?"

Wanneer heb jij je de laatste 14 dagen 'echt gerespecteerd' gevoeld? Wat gebeurde er toen? Wat voelde je? Wat was het effect? En wat kan je doen om die mooie ervaring te versterken?

Als waarden woorden krijgen, in verhalen gebracht worden en een ervaring worden, beginnen ze te leven.

Ze geven energie en zetten aan tot actie. Een interne bron van duurzame energie die gratis is !

Geen wonder dat velen daar 'big business' in zien. Bond zonder Naam wil de aansluiting op deze krachtbron gratis ter beschikking stellen van mensen. Ons groene antwoord op de klimaatcrisis.

Kortom: Bond zonder Naam wil waarden uit de abstractie halen, waarden herdefiniëren en 'voelbaar' maken.

'Werk maken van waarden' is al 50 jaar de kernopdracht van Bond zonder Naam.

BZN wéét dat waarden leven in onze samenleving. Met de Nationale Waardepeiling willen we die zichtbaar maken. In een wereld van grenzeloze mogelijkheden, waarin we dagelijks geconfronteerd worden met een stijgend aantal zelfdodingen, heeft onze samenleving meer dan ooit nood aan hoop en een gevoel van verbondenheid, een gemeenschappelijk ethisch kompas.



That's the beauty of human nature... that people are able to perform absolute wonders if only they have a sense of direction. Without direction... not much happens... (Burr)

Mensen vinden waarden wel belangrijk, maar welke?

In de voorbije weken en maanden hebben meer dan 8200 mensen in België op uitnodiging van BZN de online waardepeiling ingevuld door te antwoorden op drie vragen in vier keuzetalen (Nederlands, Frans, Duits en Engels):

1. Wie ben ik? Hoe zie ik mezelf?
2. Hoe zie ik onze samenleving vandaag?
3. Hoe ziet een ideale samenleving er voor mij uit?

Bij elke vraag volgde een keuzelijst van waarden/gedragingen of kenmerken van de samenleving, met de vraag er telkens 10 te selecteren.

Voor de eerste vraag ging het om een keuzelijst van 78 persoonlijke waarden (PW).

Voor de tweede en derde vraag was er keuze uit een lijst van 93 zogenaamde cultuurwaarden. Verder zal er sprake zijn van huidige cultuur (HC) voor de tweede vraag en gewenste cultuur (GC) voor de derde vraag.

Eens we de top-10 kennen, kunnen we daarrond beweging maken. Een uitdaging die Bond zonder naam als sociaal-culturele beweging op het lijf geschreven is.

De uitkomst zal mee bepalen waarrond Bond zonder Naam de komende jaren zal werken. De resultaten van de Nationale Waardepeiling worden bekendgemaakt tijdens **een internationaal congres op 14 en 15 april 2010 waarbij alle Vlaamse partijvoorzitters aanwezig zullen zijn.**

Verandering begint met een ander soort gesprek. Geen 'debat' maar een dialoog.

"Words create worlds, action is in the interaction, think about the questions, the answers will follow" zegt Ron Fry in 'Van kiem tot kracht' (Appreciative Inquiry).

Het beste in mensen opzoeken en versterken. Dat is de diepste doelstelling van het hele opzet. Geen interpretatie van Bond zonder Naam, maar rapporteren.

BZN is geboeid in wat dit resultaat met u doet.

We zijn geboeid in het gesprek en het zoeken dat het bij mensen teweeg brengt.

Laat ons uw reactie kennen via bnz@bnz.be.

Als de resultaten van de waardepeiling er voor zorgen dat mensen hier met mekaar over praten, dan hebben we ons doel bereikt.



Bond zonder Naam wil mét u woorden geven aan waarden!

Met de Nationale Waardepeiling wil BZN mensen verleiden in dialoog te gaan en zelf betekenis te geven aan de gekozen waarden. **De waardepeiling is met andere woorden geen doel op zich, maar een middel om beweging te creëren rond waarden. Een gesprek op gang trekken met mensen over wat zij belangrijk vinden, vertrekkende vanuit een relevante en dus betrouwbare steekproef, dat is de eigenlijke doelstelling. Het Cultural Transformation Tool bleek hiervoor het beste instrument. Over dit instrument verder meer.**

Bond zonder Naam beseft dat het zeer ambitieus is om een bevolking te willen betrekken bij een transformatieproces dat vertrekt vanuit waarden die mensen zelf aangeven als belangrijk. We geloven dat we op die manier samen een ethisch kompas kunnen ontwikkelen voor een bedrijf, een school, een woonplaats, een land. Een waardepeiling maakt het mogelijk met mensen te praten over wat hen verbindt. *“Values unite, beliefs divide”* is een uitspraak van Richard Barrett (Barrett Values Centre) In een samenleving die gedomineerd wordt door conflict, is het een avontuur om een ander soort dialoog op te zetten. In die zin is de waardepeiling belangrijk omdat het mensen uitnodigt hun mening kenbaar te maken. Het zijn evenwel vooral de gesprekken nadien, gebaseerd op Appreciative Inquiry (AI) van David Cooperrider en het model van het World Café die voor de beweging zullen zorgen.

Een sterke droom kan mensen in beweging brengen.

Vanuit het erkennen van de realiteit, kijkend naar de droom, ontstaat, wat P. Senge noemt ‘creatieve spanning’. Het is die energie die het vermogen heeft voor verandering te zorgen.

Omdat we niet willen vervallen in ‘dromen zonder vervolg’ is de waardepeiling dan ook slechts de opstap. De droom wil in de komende jaren een verhaal worden van mensen die met mensen creatieve spanning en dus verandering creëren. Over enkele maanden starten we met **10 Vlaamse steden en gemeenten** onze **‘Gesprekken op het Marktplaats’** in samenwerking met **Luk Dewulf van Kessels & Smit, the Learning Company**. We willen beweging creëren en mensen (terug) een buikgevoel geven rond waarden die zij zélf gekozen hebben. Meer nog: we willen dat ze morgen samen met hun stad aan de slag gaan met die gewenste waarden om ze meer zichtbaar en voelbaar te maken in de manier waarop we met elkaar omgaan... thuis, op school, op het werk, in de straat.

Bond zonder Naam naast 10 steden en gemeenten, **10 maal 10 partners in 10 verschillende sectoren van de samenleving**: de bedrijfswereld, het onderwijs, de media, socio-culturele sector, de academische wereld, de kunstwereld, de politiek, de levensbeschouwingen, e.a.



2. Het gekozen instrument.

Congruent met haar missie werkt Bond zonder Naam enkel met evidence-based methodieken. Indien deze niet bestaan helpt Bond zonder naam om ze mee te ontwikkelen. Voor de Nationale Waardepeiling is BZN dus ook op zoek gegaan naar het wereldwijd meest rijke en onderbouwde instrument. We kwamen al vrij snel uit bij het Cultural Transformation Tool (CTT) van Richard Barrett. Een instrument dat ontwikkeld werd om de cultuur van een bedrijf in kaart én in beweging te brengen. De 3 voorbije jaren heeft Bond zonder Naam het instrument beproefd in zeven Vlaamse pilotscholen van diverse onderwijsnetten en -niveaus om hun schoolcultuur in kaart te brengen. Dit met zowel ouders als leerkrachten en leerlingen. CTT is een instrument dat beweging en evolutie meetbaar maakt. De resultaten liegen er niet om. Mensen herkennen zich in de resultaten. "Dit klopt" en "We kunnen hiermee werken" zijn veel gehoorde reacties. De Australische professor Terry Lovat, wiens onderzoek heeft bewezen dat werken rond waarden niet enkel het welbevinden van leerlingen en leerkrachten maar ook de schoolprestaties verbetert, bevestigt dat de wijze waarop Bond zonder Naam met de scholen werkt perfect aansluit op de visie en werkwijze die hij adviseert.

Het Cultural Transformation Tool (CTT) is een internationaal erkend meetinstrument van Barrett Values Center en biedt een uniek kader om de ontwikkeling en groei analytisch zichtbaar te maken van individuen en groepen, organisaties en bedrijven, klassen en scholen tot en met volkeren en landen. Het CTT brengt waarden in kaart en ordent het bewustzijn volgens zeven niveaus. Deze praktische methode om snel, efficiënt en concreet mee aan de slag te gaan is bedacht door Richard Barrett, een voormalig functionaris bij de Wereldbank en komt oorspronkelijk uit het bedrijfsleven. Intussen zijn er wereldwijd 2500 CTT-consulenten in bijna 70 landen opgeleid om de waardepeiling als meetinstrument te gebruiken.

Het Cultural Transformation Tool van het Barrett Values Centre maakt peilingen op maat van de opdrachtgever. Men krijgt dus enkel een unieke situatieanalyse. Hierdoor wordt een wetenschappelijke validatie zeer moeilijk. Het is vooral de wijze waarop de resultaten verwerkt kunnen worden, en wat een gemeenschap of organisatie daaruit kan leren, die dit instrument zo interessant en bruikbaar maken. Geen enkel instrument is vergelijkbaar en geeft dezelfde rijkdom aan mogelijkheden.

Wij zijn niet de enigen die enthousiast zijn over de mogelijkheden van het CTT van Barrett.

Marcel Van der Avert, auteur van het Boek "Resultaten" zegt over Barrett: *"Om duurzame resultaten te bereiken zal iedere organisatie in staat moeten zijn de eigen cultuur in vraag te stellen en te veranderen. Richard Barrett heeft hiervoor een inspirerend en praktisch boek geschreven met een knappe synthese van de belangrijkste methodes. Een aanrader voor iedereen die in een veranderingsproces ook de onderliggende structuren en persoonlijke waarden fundamenteel wil beïnvloeden en transformeren."*

Tor Eneroth, Cultuurmanager Volvo schreef: *"Als je wil starten met veranderingen in de bedrijfscultuur, dan geeft het werk van Barrett je praktische tips. Het is een must voor wie veranderingsprocessen wil verstaan en succesvol toepassen."*



John Mc Farlane, Chief Executive Officer, ANZ Bank, Melbourne schreef:

*“Wanneer ik bedenken wat een organisatie uitmuntend maakt, kom ik steeds weer terug op de effectiviteit van mensen als individu en als collectief. Daarom is het onze verantwoordelijkheid als leiders om de capaciteiten en energie van onze mensen te verbeteren, te stimuleren en te kanaliseren om onze loffelijke en waardevolle doelen te bereiken. Duurzaam succes moet een stevige basis hebben, die is opgebouwd uit principes en waarden waarop het zwaartepunt ligt. In het bedrijfsleven krijgen we waar we naartoe werken, wat we ontwerpen, meten, waar we prikkels voor leveren en waar we met harstocht aan werken. Dit geldt net zo goed voor principes en waarden, die gekoesterd moeten worden en door een effectieve integrale benadering en een kader van waardemanagement heen geleid moeten worden. Dit is precies wat Richard Barrett doet in: *Building a values driven organisation*. Als een actieve en ervaren gebruiker van Richard Barrett's tools voor culturele transformatie, raad ik zijn ideeën en methoden aan iedereen aan die zich wil inzetten voor een benadering op basis van waarden en duurzaam succes.”*

In Barrett's boek wordt voortdurend gewerkt met de ervaringen van bedrijfsleiders. CEO's uit 35 landen, verdeeld over alle continenten werken met het Cultural Transformation Tool.

Met de Nationale Waardepeiling wil Bond zonder Naam de samenleving een spiegel voorhouden en gesprek op gang brengen over gemeenschappelijk gekozen waarden. Het bewustzijn en de zelfreflectie, die resulteren uit de gesprekken na de peiling, zorgen uiteindelijk voor de veranderingskracht.

Het waardetraject dat Bond zonder Naam op poten wil zetten, vertrekkend van de peiling over de gesprekken nadien komend tot responsabiliserende actieplannen, is een vertaling van het U- proces door Peter Senge en Otto Sharmar, uitgeschreven in hun schitterende werk “Presence”.

Nationale waardepeilingen gebeurden eerder reeds in Argentinië, Letland, IJsland, USA, Denemarken, Bhutan, Zweden, Venezuela en Australië. Verder worden in Canada, Nederland, Frankrijk, Groot-Brittannië en Zwitserland de voorbereidingen getroffen om een nationale waardepeiling te organiseren.

Zie ook www.valuescentre.com.



3. Profiel van de deelnemers.

Deze waardepeiling staat sinds 17 augustus 2009 op internet en begin maart 2010 werden de resultaten opgevraagd voor de Internationale Conferentie van Bond zonder Naam en Alive in april 2010 te Antwerpen. Tot dan hadden reeds 7650 burgers de peiling ingevuld. Vergeleken met eerder beperkte verkiezingspolls, hoort deze peiling bij de grotere steekproeven in Vlaanderen. **Bond zonder Naam heeft evenwel niet de ambitie om een representatief resultaat neer te zetten. Hoe meer mensen deelnemen aan de peiling, hoe groter de kans op maatschappelijke betrokkenheid en dus verandering.**

Met de Nationale Waardepeiling wilde Bond zonder Naam, net als 50 jaar geleden bij haar ontstaan, in de eerste plaats een open oproep doen aan de samenleving om na te denken over wat mensen waardevol vinden voor zichzelf en de wereld waarin ze leven. **De waardepeiling is geen doel op zich, maar een middel om beweging te creëren rond waarden.** Een gesprek op gang trekken met mensen over wat zij belangrijk vinden, vertrekkende vanuit een relevante steekproef, dat is de uiteindelijke doelstelling.

Bond zonder Naam maakt verschillende inspanningen om alle segmenten van de samenleving aan te spreken. De Nationale Waardepeiling heeft intussen ook de Hoge Bescherming gekregen van Hare Koninklijke Hoogheid Prinses Mathilde als blijk van haar grote interesse en steun aan dit initiatief.

In de communicatie heeft Bond zonder Naam enerzijds een nationaal persbericht uitgestuurd, en dit naar 177 Vlaamse en 32 Waalse perscontacten. Anderzijds werd een gerichte digitale communicatie verstuurd naar alle Vlaamse, Waalse en Brusselse steden en gemeenten en naar 4.400 Vlaamse scholen, 1.125 Waalse scholen, 3.000 Vlaamse bedrijven en 2.000 contacten binnen de socio-culturele sector om zoveel mogelijk mensen te mobiliseren de peiling in te vullen.

Bond zonder Naam kreeg ook steun in haar communicatiecampagne van verschillende gemeenten: Opglabbeek, Meeuwen-Gruitrode, Kruibeke, Wielsbeke, Izegem, Tremelo, Brasschaat, Kinrooi, Beerse, Geel, Lummen, Heule, Geraardsbergen en van Socius, Kerknet, VKW nationaal, Klasse, Prettig geleerd vzw, PPG, Metropool vzw, Stad Koksijde, SPES, Davidsfonds, Vredescentrum Antwerpen en Educare door middel van een artikel in een tijdschrift en/of een banner op de website.

Daarnaast boden Knack, Neos-magazine, De Zondag (alle edities), Kerk&Leven en Tertio gratis mediaruimte om mensen uit te nodigen ook hun waardetop-10 te maken.

Naast een online waardepeiling is er tevens een papieren versie op vraag beschikbaar. Eveneens in het Turks en in het Marokaans.



Intussen hebben meer dan 8.300 mensen deelgenomen aan de waardepeiling. En de peiling blijft open staan tot eind van het jaar. Over [het profiel van deze deelnemers](#) hieronder enkele eerste vaststellingen:

1. Het is geen nationale, maar een Vlaamse waardepeiling geworden, want minder dan 1% deelname uit Wallonië.

Antwerpen	2235	29%
Limburg	1451	19%
O. Vlaanderen	1433	19%
W. Vlaanderen	1452	19%
Vi. Brabant + Bru.	986	13%
Wallonië	93	1%
Totaal	7650	100%

2. Bijna de helft van alle deelnemers is tussen 35 en 55 jaar.

15 – 34 jaar	1795	23%
35 – 54 jaar	3607	47%
55+	2248	30%

Volgens statistische interpretatie is de betrouwbaarheid van deze gegevens zeer hoog wat betreft de verdeling naar leeftijd en regio.

In een bijkomende steekproef polste BZN achteraf ook nog naar geslacht en opleidingsniveau. Hierop ontvingen we bijna 3000 reacties waaruit bleek dat:

3. Bijna 2/3 van de deelnemers tot het vrouwelijke geslacht behoren.

4. De grote meerderheid een hogere opleiding geniet.



4. De top 10 van de Vlaming.

Bond zonder Naam laat het interpreteren van de resultaten over aan iedereen die mee wil zoeken en denken. Door het te houden bij pure feiten, kiest BZN resoluut voor de dialoog zonder haar eigen visie te willen opleggen. Met de Nationale Waardepeiling wil Bond zonder Naam mensen verleiden in dialoog te gaan en zelf betekenis te geven aan de gekozen waarden. De waardepeiling is met andere woorden geen doel op zich, maar een middel om beweging te creëren rond waarden. Een gesprek op gang trekken met mensen over wat zij belangrijk vinden, vertrekkende vanuit een relevante steekproef, dat is de uiteindelijke doelstelling. En het Cultural Transformation Tool bleek hiervoor het beste instrument. Over dit instrument verder meer.

Dit zijn de globale top 10 antwoorden op de drie gestelde vragen.

Wie ben ik? Hoe zie ik mezelf?	Hoe zie ik onze samenleving van vandaag?	Hoe ziet een ideale samenleving er uit voor mij?
Persoonlijke Waarden (PW)	Huidige Cultuurwaarden (HC)	Gewenste Cultuurwaarden (GC)
<ol style="list-style-type: none"> Eerlijkheid (4248) Respect (3525) Vriendschap (3276) Familie (2976) Geven om elkaar (2917) Luisteren (2725) Gezondheid (2656) Verantwoordelijkheid (2487) Vertrouwen (2212) Positieve instelling (2141) 	<ol style="list-style-type: none"> Materialisme (3845) Onzekerheid over de toekomst (3777) Verspilling van middelen (3273) Conflict/agressie (3061) Bureaucratie (2916) Werkloosheid (2755) Korte-termijn gericht (2728) Armoede (2523) Misdaad/geweld (2512) Milieuvervuiling (2379) 	<ol style="list-style-type: none"> Eerlijkheid (3032) Bekommernis voor toekomstige generaties (2952) Milieubewustzijn (2638) Respect (2548) Levenskwaliteit (2536) Doeltreffende gezondheidszorg (2517) Armoedevermindering (2399) Betaalbare huisvesting (2270) Vrede (2183) Bewust over waarden (2002)

Wat o.a. opvalt - zonder hier een eigen interpretatie aan te willen koppelen - is dat eerlijkheid het absolute topantwoord is op vraag 1 (persoonlijke waarden) als op vraag 3 (gewenste waarden).

Wat nog opvalt is dat de antwoorden op de tweede vraag over onze huidige samenleving opvallend negatief zijn. Nochtans werd hier dezelfde keuzelijst aangeboden als voor vraag 3 (gewenste cultuur). Uit de keuzelijst van 93 waarden/gedragingen hebben de deelnemers feilloos de 21 zogenaamd mogelijk beperkende waarden/gedragingen gekozen, goed voor 53% van alle antwoorden op deze vraag. Dit wordt de culturele entropie genoemd en toont de niet-productieve, destructieve energie in een systeem. Hiermee zitten we op het niveau van de frustratiegraad van enkele andere landen waar een soortgelijke nationale waardepeiling heeft plaatsgevonden: USA (52%), Letland (54%) en IJsland (54%). Nog meer frustratie was aanwezig in de waardepeilingen van Argentinië (60%) en Venezuela (73%). In twee landen was de culturele entropie beduidend kleiner: Denemarken (21%) en Buthan (4%).



Volgens Richard Barrett is meer dan 50% frustratie een alarmerend hoog niveau van niet-productieve en destructieve energie in een systeem. Hij heeft het over gevaar voor rellen, burgerlijke ongehoorzaamheid en sociale onrust. Dit wijst volgens hem op de noodzaak van radicale verandering in de politiek, mogelijk gepaard gaand met een verandering van regering. Je kunt immers problemen niet oplossen vanuit hetzelfde denken als waaruit ze zijn ontstaan.

Dit zijn de top 10 waarden per leeftijd.

Eerste vraag: Wie ben ik? Hoe zie ik mezelf?

Persoonlijke waarden (7650)	15-34 jaar (1795)	35-54 jaar (3607)	55+ (2248)
1. eerlijkheid (4248)	1. vriendschap (900)	1. eerlijkheid (1990)	1. eerlijkheid (1378)
2. respect (3525)	2. eerlijkheid (880)	2. respect (1677)	2. respect (984)
3. vriendschap (3276)	3. respect (864)	3. vriendschap (1414)	3. vriendschap (962)
4. familie (2976)	4. geven om elkaar (702)	4. familie (1391)	4. gezondheid (929)
5. geven om elkaar (2917)	5. humor/pret (672)	5. geven om elkaar (1332)	5. familie (923)
6. luisteren (2725)	6. familie (662)	6. gezondheid (1267)	6. geven om elkaar (883)
7. gezondheid (2656)	7. luisteren (621)	7. luisteren (1248)	7. luisteren (856)
8. verantwoordelijkheid (2487)	8. vertrouwen (594)	8. verantwoordelijkheid (1232)	8. verantwoordelijkheid (774)
9. vertrouwen (2212)	9. enthousiasme (557)	9. vertrouwen (1046)	9. milieubewustzijn (721)
10. positieve instelling (2141)	10. creativiteit (506)	10. positieve instelling (1043)	10. positieve instelling (676)

In vergelijking met de globale top 10 zien we hier voor de leeftijdsgroep van 15 tot 34 jaar 3 nieuwe waarden verschijnen, namelijk humor, enthousiasme en creativiteit.

Wat wel voor alle 3 de leeftijdsgroepen identiek is, is de top 3 van eerlijkheid, respect en vriendschap waarbij in de leeftijdscategorie 15-34 jaar vriendschap naar de eerste plaats verschuift.

Tweede vraag: Hoe zie ik onze samenleving van vandaag?

Huidige cultuurwaarden (7650)	15-34 jaar (1795)	35-54 jaar (3607)	55+ (2248)
1. materialistisch (L) (3845)	1. materialistisch (L) (833)	1. materialistisch (L) (1925)	1. onzekerheid over de toekomst (L) (1135)
2. onzekerheid over de toekomst (L) (3777)	2. onzekerheid over de toekomst (L) (760)	2. onzekerheid over de toekomst (L) (1882)	2. materialistisch (L) (1087)
3. verspilling van middelen (L) (3273)	3. werkloosheid (L) (680)	3. verspilling van middelen (L) (1598)	3. verspilling van middelen (L) (1041)
4. conflict/aggressie (L) (3061)	4. conflict/aggressie (L) (658)	4. conflict/aggressie (L) (1536)	4. bureaucratie (L) (975)
5. bureaucratie (L) (2916)	5. verspilling van middelen (L) (634)	5. bureaucratie (L) (1470)	5. corruptie (L) (875)
6. werkloosheid (L) (2755)	6. korte-termijn gericht (L) (583)	6. korte-termijn gericht (L) (1368)	6. conflict/aggressie (L) (867)
7. korte-termijn gericht (L) (2728)	7. milieuvervuiling (L) (553)	7. werkloosheid (L) (1307)	7. misdaad/geweld (L) (810)
8. armoede (L) (2523)	8. de schuld geven (L) (551)	8. misdaad/geweld (L) (1216)	8. armoede (L) (785)
9. misdaad/geweld (L) (2512)	9. armoede (L) (543)	9. armoede (L) (1195)	9. korte-termijn gericht (L) (777)
10. milieuvervuiling (L) (2379)	10. diversiteit (503)	10. milieuvervuiling (L) (1125)	10. werkloosheid (L) (768)



Derde vraag: Hoe ziet een ideale samenleving er uit voor mij?

Gewenste cultuurwaarden (7650)	15-34 jaar (1795)	35-54 jaar (3607)	55+ (2248)
<ol style="list-style-type: none"> 1. eerlijkheid (3032) 2. bekommernis voor toekomstige generaties (2952) 3. milieubewustzijn (2638) 4. respect (2548) 5. levenskwaliteit (2536) 6. doeltreffende gezondheidszorg (2517) 7. armoedevermindering (2399) 8. betaalbare huisvesting (2270) 9. vrede (2183) 10. bewust over waarden (2002) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. respect (752) 2. eerlijkheid (713) 3. milieubewustzijn (601) 4. levenskwaliteit (600) 5. vrede (562) 6. <u>behulpzaamheid</u> (504) 7. bekommernis voor toekomstige generaties (481) 8. betaalbare huisvesting (478) 9. armoedevermindering (467) 10. <u>lange-termijn perspectief</u> (456) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. bekommernis voor toekomstige generaties (1463) 2. eerlijkheid (1427) 3. milieubewustzijn (1279) 4. levenskwaliteit (1257) 5. doeltreffende gezondheidszorg (1243) 6. respect (1185) 7. armoedevermindering (1099) 8. betaalbare huisvesting (1025) 9. bewust over waarden (1006) 10. vrede (1003) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. bekommernis voor toekomstige generaties (1008) 2. doeltreffende gezondheidszorg (902) 3. eerlijkheid (892) 4. armoedevermindering (833) 5. betaalbare huisvesting (767) 6. milieubewustzijn (758) 7. levenskwaliteit (679) 8. bewust over waarden (679) 9. <u>sociale rechtvaardigheid</u> (669) 10. <u>zorg voor de ouderen</u> (647)

Wat opvalt is dat doeltreffende gezondheidszorg de grootste stijger is naarmate mensen ouder worden. Dit thema verdwijnt zelfs uit de top 10 bij de leeftijdsgroep van 15 tot 34 jaar om uiteindelijk op de 2de plaats te belanden. Een zelfde evolutie merken we op bij het thema “bekommernis voor toekomstige generaties”.

Hieronder de top 10 waarden per regio.

Kijkend naar de regionale verschillen wat betreft waarden, kunnen onderstaande tabellen een boeiend beeld geven over de identiteit van de 5 Vlaamse provincies.

Eerste vraag: Wie ben ik? Hoe zie ik mezelf? (Persoonlijke waarden)

	Vlaams-Brabant & Brussel (986)	Antwerpen (2235)	Limburg (1451)	Oost-Vlaanderen (1433)	West-Vlaanderen (1452)
Persoonlijke waarden	<ol style="list-style-type: none"> 1. eerlijkheid 2. respect 3. vriendschap 4. familie 5. luisteren 6. geven om elkaar 7. verantwoordelijkheid 8. gezondheid 9. <u>milieubewustzijn</u> 10. vertrouwen 	<ol style="list-style-type: none"> 1. eerlijkheid 2. respect 3. vriendschap 4. geven om elkaar 5. familie 6. luisteren 7. verantwoordelijkheid 8. gezondheid 9. <u>humor/pret</u> 10. vertrouwen 	<ol style="list-style-type: none"> 1. eerlijkheid 2. familie 3. respect 4. vriendschap 5. gezondheid 6. geven om elkaar 7. luisteren 8. verantwoordelijkheid 9. positieve instelling 10. vertrouwen 	<ol style="list-style-type: none"> 1. eerlijkheid 2. respect 3. vriendschap 4. geven om elkaar 5. familie 6. luisteren 7. gezondheid 8. verantwoordelijkheid 9. <u>milieubewustzijn</u> 10. positieve instelling 	<ol style="list-style-type: none"> 1. eerlijkheid 2. respect 3. vriendschap 4. familie 5. gezondheid 6. geven om elkaar 7. luisteren 8. verantwoordelijkheid 9. vertrouwen 10. <u>doorzettingsvermogen</u>



Tweede vraag: Hoe zie ik onze samenleving van vandaag? (Huidige cultuurwaarden)

	Vlaams-Brabant & Brussel (986)	Antwerpen (2235)	Limburg (1451)	Oost-Vlaanderen (1433)	West-Vlaanderen (1452)
Huidige cultuurwaarden	<ol style="list-style-type: none"> 1. materialistisch (L) 2. onzekerheid over de toekomst (L) 3. conflict/agressie (L) 4. verspilling van middelen (L) 5. korte-termijn gericht (L) 6. bureaucratie (L) 7. werkloosheid (L) 8. misdadaad/geweld (L) 9. corruptie (L) 10. armoede (L) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. materialistisch (L) 2. onzekerheid over de toekomst (L) 3. verspilling van middelen (L) 4. conflict/agressie (L) 5. bureaucratie (L) 6. werkloosheid (L) 7. korte-termijn gericht (L) 8. armoede (L) 9. milieuvervuiling (L) 10. misdadaad/geweld (L) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. onzekerheid over de toekomst (L) 2. materialistisch (L) 3. verspilling van middelen (L) 4. werkloosheid (L) 5. conflict/agressie (L) 6. bureaucratie (L) 7. misdadaad/geweld (L) 8. armoede (L) 9. milieuvervuiling (L) 10. korte-termijn gericht (L) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. materialistisch (L) 2. onzekerheid over de toekomst (L) 3. verspilling van middelen (L) 4. conflict/agressie (L) 5. bureaucratie (L) 6. korte-termijn gericht (L) 7. werkloosheid (L) 8. armoede (L) 9. misdadaad/geweld (L) 10. milieuvervuiling (L) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. onzekerheid over de toekomst (L) 2. materialistisch (L) 3. verspilling van middelen (L) 4. bureaucratie (L) 5. conflict/agressie (L) 6. werkloosheid (L) 7. korte-termijn gericht (L) 8. misdadaad/geweld (L) 9. corruptie (L) 10. armoede (L)

Derde vraag: Hoe ziet een ideale samenleving er uit voor mij? (Gewenste cultuurwaarden)

	Vlaams-Brabant & Brussel (986)	Antwerpen (2235)	Limburg (1451)	Oost-Vlaanderen (1433)	West-Vlaanderen (1452)
Gewenste cultuurwaarden	<ol style="list-style-type: none"> 1. bekommernis voor toekomstige generaties 2. eerlijkheid 3. milieubewustzijn 4. doeltreffende gezondheidszorg 5. levenskwaliteit 6. respect 7. armoede-vermindering 8. vrede 9. betaalbare huisvesting 10. bewust over waarden 	<ol style="list-style-type: none"> 1. eerlijkheid 2. bekommernis voor toekomstige generaties 3. respect 4. milieubewustzijn 5. levenskwaliteit 6. doeltreffende gezondheidszorg 7. armoede-vermindering 8. vrede 9. betaalbare huisvesting 10. bewust over waarden 	<ol style="list-style-type: none"> 1. eerlijkheid 2. bekommernis voor toekomstige generaties 3. milieubewustzijn 4. levenskwaliteit 5. doeltreffende gezondheidszorg 6. respect 7. armoede-vermindering 8. betaalbare huisvesting 9. <u>behelpzaamheid</u> 10. <u>zorg voor de ouderen</u> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. bekommernis voor toekomstige generaties 2. eerlijkheid 3. milieubewustzijn 4. levenskwaliteit 5. doeltreffende gezondheidszorg 6. respect 7. armoede-vermindering 8. betaalbare huisvesting 9. bewust over waarden 10. vrede 	<ol style="list-style-type: none"> 1. eerlijkheid 2. bekommernis voor toekomstige generaties 3. milieubewustzijn 4. levenskwaliteit 5. doeltreffende gezondheidszorg 6. respect 7. armoede-vermindering 8. bewust over waarden 9. betaalbare huisvesting 10. vrede



5. Het bewustzijnsmodel of de 7 niveaus.

Richard Barrett brengt met het Cultural Transformation Tool waarden in kaart en wijst ze toe aan een bepaald niveau van bewustzijn. Barrett deelt het bewustzijn in 7 niveaus die visueel worden gemaakt in een zandlopervorm.

7 niveaus van bewustzijn	persoonlijk bewustzijn	nationaal bewustzijn
7. dienstbaarheid	7. onbaatzuchtig dienstbaar	7. globale duurzaamheid
6. het verschil maken	6. positief actief betrokken	6. strategische allianties
5. interne samenhang	5. persoonlijke zingeving	5. nationale identiteit
4. transformatie	4. bevrijd en verantwoordelijk	4. democratisch proces
3. eigenwaarde	3. positief zelfbeeld	3. institutionele effectiviteit
2. relaties	2. kwaliteit van relaties	2. sociale stabiliteit
1. overleven	1. fysieke-materiële vervulling	1. economische stabiliteit

In de ontwikkeling van persoonlijk bewustzijn kun je zeven welomschreven niveaus onderscheiden. Elk niveau komt overeen met een wezenlijk levensthema dat eigen is aan de mens. Alles begint bij de reden die mensen doet bewegen, de menselijke motivatie, die altijd gebaseerd is op een eigen behoefte. Elke menselijke activiteit probeert iets van fysieke, emotionele, mentale of spirituele behoeften te bevredigen. Deze behoeften komen overeen met onze menselijke basismotivaties en zijn grotendeels terug te vinden in de behoeftepiramide van Maslov: veiligheid, relatie, gevoel van eigenwaarde en zelfverwerkelijking. De hogere niveaus van bewustzijn beginnen op het punt waar de piramide van Maslov eindigt (zelfverwerkelijking) en verwijzen naar een mogelijke spirituele groei met een steeds overstijgender gevoel van verbondenheid.

Onze primaire fysieke behoefte is zorg voor veiligheid en gezondheid (**niveau 1**) ('iets hebben').
 Onze emotionele behoefte vraagt naar sterke persoonlijke banden (**2**) ('iemand hebben')
 en je goed in je vel voelen of een gevoel van eigenwaarde hebben (**3**) ('iemand zijn').
 Onze mentale behoeften worden vervuld door opleiding of intellectuele prestaties (**3**)
 en persoonlijke groei (**4**). Onze spirituele behoeften vragen naar zingeving (**5**),
 jezelf positief onderscheiden (**6**) en algemene dienstbaarheid (**7**).

De grootste voldoening vinden we in de vervulling van al deze behoeften.
 De eerste motivaties (tot intellectuele prestaties) dienen onze eigen individuele behoeften (eigen belang).
 Op die niveaus van motivatie wordt ons goedvoelen of welbevinden bepaald door wat we materieel
 allemaal bezitten, wie we kennen, hoe slim we zijn en in hoeverre we bewonderd en gerespecteerd
 worden door onze omgeving. Daarbij speelt de factor angst een belangrijke rol: angst om de vervulling
 van één van deze behoeften te verliezen.



De persoonlijke groei is die reis naar binnen waarbij we onze angsten kunnen loslaten. Ons goedvoelen wordt dan niet meer bepaald door wat we hebben, wie we hebben of wie we zijn. Als we onze angst kunnen lossen, volgt niet alleen een bevrijd en bevrijdend gevoel, maar ook een groter besef van verantwoordelijkheid. Oude waarden worden in vraag gesteld, nieuwe waarden zullen helpen betere keuzes te maken. Dit is een proces van persoonlijke transformatie.

De laatste drie motivaties – zin, jezelf positief onderscheiden en dienstbaarheid – zijn gericht op een algemeen belang dat jezelf ruim overstijgt, en dat voor sommigen een religieuze of spirituele betekenis kan krijgen. Hoe dan ook, op deze niveaus ontlenen we ons gevoel van eigenwaarde niet meer aan uiterlijke rijkdom, status of schoonheid, maar aan ons innerlijk door de bijdrage die we leveren. Deze laatste drie motivaties kunnen een onvermoede meerwaarde geven aan ons menselijk bestaan, als we de innerlijke vreugde van hun vervulling mogen meemaken. We spreken van persoonlijke vervulling als we onze fysieke, emotionele, mentale en spirituele behoeften kunnen vervullen. Bij mensen die in hun werk een persoonlijke vervulling vinden, ligt het niveau van productiviteit ten minste twee keer zo hoog...

Top 10 van Persoonlijke Waarden



Wat opvalt is men overwegend koos voor waarden uit niveau 2 en 5 die een behoefte uitdrukken naar kwalitatieve relaties en persoonlijke zingeving.

Top 10 van Huidige Culturele Waarden



Wat hier opvalt is dat men dominant zijn ongenoegen over de economische onzekerheid heeft geuit door voornamelijk waarden uit niveau te selecteren.



Top 10 van Gewenste Cultuurwaarden

7. dienstbaarheid		bekommernis voor toekomstige generaties, vrede
6. het verschil maken		milieubewustzijn, levenskwaliteit
5. interne samenhang		eerlijkheid, bewust over waarden
4. transformatie		
3. eigenwaarde		
2. relatie		respect
1. overleving		doeltreffende gezondheidszorg, armoedevermindering, betaalbare huisvesting

Hier wordt de honger of vraag naar waarden uit de hogere niveaus zichtbaar die wijzen op een keuze voor het algemeen belang. En tegelijk wil men door het selecteren van waarden uit niveau 1 de economische ontevredenheid positief zien keren.

In elke zandloper met top 10 resultaten zijn enkele niveaus leeg gebleven.

In de top 10 van Persoonlijke Waarden zijn dat niveaus 3, 6 en 7.

In de top 10 van Huidige Cultuurwaarden: niveaus 4, 5, 6 en 7.

En in de top 10 van Gewenste Cultuurwaarden: niveaus 3 en 4.

Er zijn telkens drie mogelijke verklaringen voor lege niveaus:

1. Geen echte behoefte aan waarden op dit niveau, niet van toepassing of niet van belang.
2. Bewust niet gekozen, want lastig, te gevoelig en dus wel een groeikans.
3. Onbewust niet gekozen, want blinde vlek, mogelijk schaduwkant en dus even goed een groeikans.

In de keuzelijsten van persoonlijke waarden en cultuurwaarden zitten een aantal 'mogelijk beperkende waarden' die kunnen wijzen op een bepaalde frustratie of negatieve energie in een persoon of systeem. Er is sprake van 'mogelijk beperkend' omdat we niet zeker weten of die waarden een persoon of systeem ondermijnen, tenzij het bespreekbaar wordt gemaakt.

In de top 10 worden de mogelijk beperkende waarden weergegeven met een grijs omlinnend wit bolletje. In de top 10 van Persoonlijke Waarden zien we uitsluitend witte bolletjes en dus is de PL-index 10-0. P staat voor 'Positive Value', L staat voor 'Potentially Limiting' of mogelijk beperkende waarde.

In de top 10 van Huidige Cultuurwaarden daarentegen zien we 10 omlinnende bolletjes, of uitsluitend en alleen mogelijk beperkende waarden. Dit geeft een PL-index van 0-10 en dit is de slechtst mogelijke top 10. We spreken hier van een (te) hoge graad van culturele entropie, frustratie en angst. Het verwijst naar de niet-productieve en destructieve energie in de samenleving.



6. Entropie en springwaarden: kans tot transformatie.

Tot nu toe hebben we alleen de top 10 resultaten op de drie vragen belicht.

Met de zeven niveaus erbij is het interessant een blik te werpen op de 100% antwoorden van de 7650 deelnemers.

Eerst een overzicht van **alle gekozen waarden** per niveau voor elke van de drie vragen.

Tot nu toe ging het uitsluitend over de top 10 van de gekozen waarden voor elke vraag.

PW = Persoonlijke Waarden

HC = Huidige Cultuurwaarden

GC = Gewenste Cultuurwaarden

	GC	PW	HC
dienstbaarheid	16%	8%	6%
het verschil maken	13%	10%	9%
interne samenhand	18%	27%	4%
transformatie	18%	18%	13%
eigenwaarde	8% + 1%	4% + 0%	6% + 10%
relatie	11% + 1%	22% + 1%	3% + 11%
overleving	13% + 1%	7% + 1%	7% + 32%
entropie	3%	2%	53%

National Entropy Risk Bands

0-10%	This a low level of entropy and augurs well for the future.
11%-20%	This is a relatively low level of entropy indicating that there is some degree of dissatisfaction with the current culture that could lead to social unrest.
21%-30%	This is a moderate level of entropy indicating potential unease among the population and/or potential conflict situations that need to be addressed.
31%-40%	This is a relatively high level of entropy indicating unresolved issues that if left unaddressed could lead to significant social unrest.
41%-50%	This level of entropy indicates leadership issues that if left unaddressed could lead to changes in government.
51% and more	This is a high level of entropy that could lead to riots, civil disobedience and social unrest. This indicates a need for a change in policy that could also be accompanied by a change in government.



Onderstaand schema geeft een overzicht van alle mogelijk beperkende waarden die door de deelnemers zijn aangeduid als antwoord op de tweede vraag:

Huidige Culturele Waarden

Doorloop onderstaande lijst en selecteer de 10 waarden/gedragingen die het best weergeven wat onze samenleving vandaag typeert.

Level	Potentially Limiting Values (votes) Red = top 10		Percentage Entropy
3	wasted resources (3273) bureaucracy (2916) elitism (682) strict moral/religious codes (246) illiteracy (233) centralised government (171)	verspilling van middelen bureaucratie elitarisme strikte morele/religieuze voorschriften analfabetisme gecentraliseerde regering	7521 out of 11 876: 10% of total votes
2	conflict/aggression (3061) blame (2267) hatred (1043) ethnic discrimination (904) gender discrimination (682) tradition (338)	conflict/agressie de schuld geven haat etnische discriminatie discriminatie op basis van geslacht traditie	8295 out of 10 307: 11% of total votes
1	materialistic (3845) uncertainty about the future (3777) unemployment (2755) short-term focus (2728) poverty (2523) crime/violence (2512) environmental pollution (2379) corruption (2353) terrorism (1539)	materialisme onzekerheid over de toekomst werkloosheid korte-termijn gericht armoede misdaad/geweld milieuvuiling corruptie terrorisme	24 411 out of 29 755: 32% of total votes
Total			53% of total votes

Deze tabel laat zien dat 53% van alle gekozen waarden mogelijk beperkend zijn.

Dit is een alarmerend hoog niveau van entropie en duidt op een mogelijke financiële fiasco.

Een onmiddellijke culturele en structurele transformatie is aanbevolen, met ook een ontwikkeling van nieuw leiderschap. Het is van belang het entropie niveau met 5% tot 10% te verlagen om de prestatie te verbeteren.

Tot slot nog een belangrijke lijst van springwaarden. Dit zijn waarden die in de gewenste cultuur (GC) meer gekozen worden dan in de huidige cultuur (HC). Dit is de top 10 van de belangrijkste springwaarden, m.a.w. met de grootste sprong van HC naar GC.



Springwaarden Sprong	niveau	HC	GC
1. eerlijkheid 2609	5	423	3032
2. respect 2103	2	445	2548
3. armoedevermindering 2035	1	364	2399
4. vrede 1696	7	487	2183
5. levenskwaliteit 1682	6	854	2536
6. bewust over waarden 1678	5	324	2002
7. bekommernis voor toekomstige generaties 1618	7	1334	2952
8. lange-termijn perspectief 1601	7	153	1754
9. betaalbare huisvesting 1504	1	766	2270
10. behulpzaamheid 1460	2	392	1852

Een mogelijke aanzet tot transformatie zit onder meer in de antwoorden op de tweede vraag, waar men voor meer dan 30% kiest op niveau van transformatie en algemeen belang, en dus het eigenbelang overstijgt. Vier veel gekozen waarden kunnen daarbij hefboom zijn naar meer interne en externe samenhang en globale duurzaamheid, en dat zijn: vrijheid van meningsuiting, diversiteit, persoonlijke vrijheid en zorg voor de ouderen.

Zie ook twee boeken in Nederlandse vertaling.

Barrett Richard, Naar bedrijfsvoering met een ziel, www.symbolon.nl, Amstelveen, 2002. ISBN 9789074899208/240 blz.

Barrett Richard, De waarde(n) van mijn bedrijf. Zo verander of creëer ik een organisatiecultuur, www.lannoocampus.be, Leuven. ISBN 9789020965742/192 blz.



Contacteer ons

Bond zonder Naam • Sint-Jacobsmarkt 39 • 2000 Antwerpen • +32 3 201 22 10
www.bzn.be • bzn@bzn.be

Bond zonder Naam is ISO 9001 gecertificeerd.

www.bzn.be

