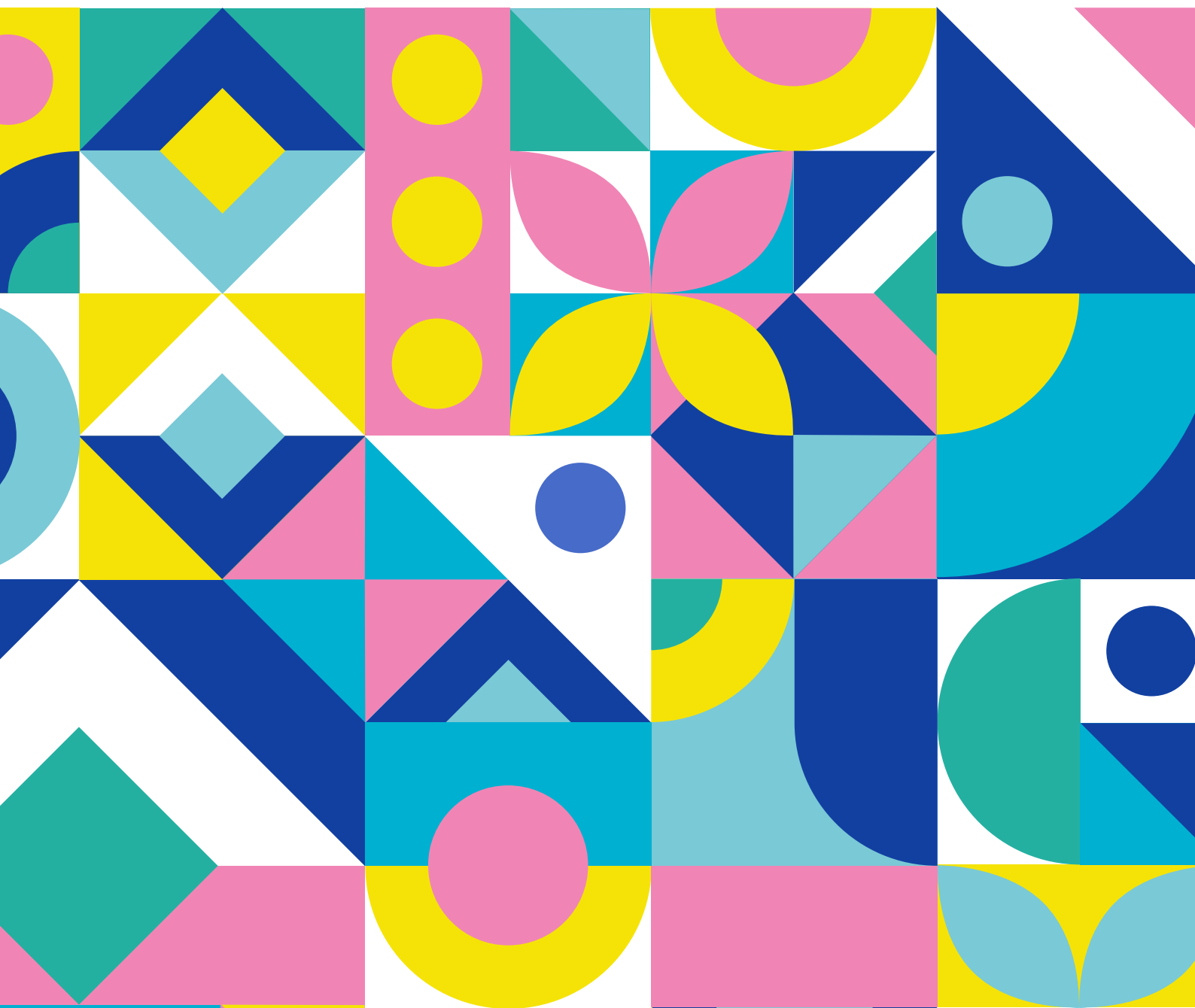


NEURODIVERSITY

СТРАТЕГИЯ ЗА ПОВИШАВАНЕ НА ОСВЕДОМЕНОСТТА ЗА НЕВРОДИВЕРГЕНТНОСТ



Информация за проекта

Абревиатура на проекта	NEW
Име на проекта	Невродивергентност на работното място
Номер на проекта	2021-1-IT01-KA220-VET-000033362
Под програма или КД	KA220- ПОО - Партньорства за сътрудничество в областта на професионалното образование и обучение образование и обучение
Сайт на проекта	https://www.neurodiverseworkplaces.eu/

Стратегията за повишаване на осведомеността е първият отговор, оформен като цялостен документ, който може да подпомогне МСП и микропредприятията да започнат да информират и осведомяват служителите и всички други заинтересовани страни за значението на въвеждането на концепцията за невродивергентността на работното място. Чрез конкретни действия към всяка от целевите групи, темата за невродивергентността трябва не само да бъде по-добре позната, но и популяризирана като предимство за бизнеса.

Стратегията е необходима, като се има предвид, че COVID 19 увеличава неравенството сред служителите, като излага на риск от маргинализация или деквалифицира тези, които са по-малко подготвени с цифрови умения и/или в които ръководителите не са инвестирали достатъчно. Сред тях, тези които са най-непознати и почти невидими в компаниите, са хората, засегнати от специфични различия в ученето, като дислексия, дискалкулия, дисграфия, диспраксия ХРНВ и други невродивергентни състояния. Това доведе днес до наличие на практики за управление и професионално и кариерно развитие, както и до работни пространства, които се проектират само по отношение на невротипичните лица, без да се отчита невродивергентността на работната сила.

Като се има предвид тази картина, Стратегията за повишаване на осведомеността има за цел да бъде

Проектът е спонсиран с помощта на Европейската Комисия. Подкрепата на Европейската комисия за издаването на тази публикация не представлява одобрение на съдържанието, което отразява единствено мнението на авторите, и Комисията не носи отговорност за използването на съдържащата се в нея информация.

средство за изграждане на общ транснационален модел за “повдигане на въпроса” в МСП и микропредприятията по отношение на приобщаването и благосъстоянието на работното място за хората със специфични различия в ученето. Стратегията представлява средство за ефективното управление на невродивергентността на работното място и може да е ключов актив за съвременния бизнес, ресурс, който има потенциала да насочи бизнеса към по-етично и проспериращо бъдеще.

Съфинансирано от
Европейския съюз

Финансирано от Европейския съюз. Изразените възгледи и мнения обаче принадлежат изцяло на техния(ите) автор(и) и не отразяват непременно възгледите и мненията на Европейския съюз, не може да се търси отговорност от Комисията за всяка употреба, която може да бъде използвана за информацията, съдържаща се в нея.

ЕКИП ПО РАЗРАБОТКАТА

Елизабета Далавале, Силвия Лиути, Киара Маркета, Тереза Паскал

СЪДРУЖНИЦИ

Сабрина Бенедето, Роузи Бисет, Сузана Лукарели,
Лара О’Муирите, Мара Трементоци

Октомври, 2022

Съдържание

1#	Проектът NEW накратко	6
2#	Какво е Невродивергентност?	12
3#	Защо Стратегията за повишаване на осведомеността за Невродивергентността се адресира към МСП и микропредприятия	15
4#	Основни принципи	18
5#	Основен критерий за определяне и измерване на Стратегията за повишаване на осведомеността	22
6#	Основни послания	31
7#	Целеви групи	33
8#	Въвеждане на Националната кампания: действия, методи и подкрепящи материали	37
Анекс 1		
	Основни стъпки за партньорите за въвеждането на стратегията на национално ниво	46
Анекс 2		
	Списък с материалите за повишаване на осведомеността	48
Анекс 3		
	Образец на предварителното проучване, целящо анонимно събиране на данни за осведомеността и познанията на МСП за невродивергентността, както и за свързаните с нея съществуващи практики и възникващи нужди	50
Анекс 4		
	Образец на Призив за действие	51
	Референции	51



Съфинансирано от
Европейския съюз

Glossary

1#

Проектът NEW накратко

NEW е 36-месечен проект, който събира на едно място шест партньора от Италия, Австрия, България и Ирландия, целящ да подкрепи МСП и микропредприятията в създаването на една по-приобщваща работна среда, в която да се развиват талантите на всички хора, включително и на тези с невронетипична ориентация.

Основен иновативен елемент и съответно фокус на Стратегията е невродивергентността и невронетипичните хора, особено онези работещи възрастни, които никога не са били диагностицирани като такива. Целта е те да имат възможността за усъвършенстване и приобщаване в работната среда на компанията, като се избягва всякаква стигматизация или дискриминация.

Целта на проекта е да започне да се мисли по посоката, че невродивергентността на персонала в компаниите представлява източник на таланти, което обикновено не се разглежда в тази светлина, поради:

**1.**

Липса на познание за невродивергентността и какво на практика означава невродивергентност на работното място, когато става въпрос за възрастни служители;

**2.**

Недостатъчно познание от страна на мениджърите и служителите по ЧР за процесите и процедури при подбор и оценка, релевантни за невронетипичните хора;



3.

Липса на структурирани системи и методи за възможна подкрепа на невронетипичните хора в компаниите, за да могат компаниите да се възползват от техните умения, вместо да бъдат поставяни на по-нискоквалифицирани позиции, които се възприемат за единствените, адаптирани към техните неизследвани способности.

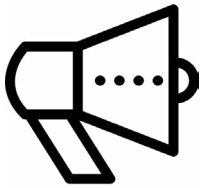
За да отговори по подходящ начин на тези нужди, партньорите по NEW си поставят следните цели:

повишаване осведомеността и познанията сред предприемачите от МСП и микропредприятията, мениджърите ЧР, ръководителите на компаниите и заинтересованите страни, за ползите и мястото на невродивергентността като ключов актив в съвременния бизнес;

насърчаване на периодично събиране на данни за невродивергентността на работното място, и по-специално в МСП;

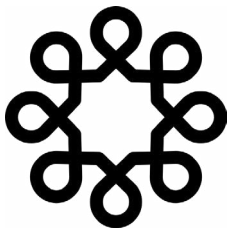
подпомагане бизнес лидерите и служителите с подходящ набор от компетенции, стратегии и инструменти за въвеждане и прилагане на невродивергентност на работното място, с цел както намаляване на дискриминацията на тези служители, така и с цел осигуряване на благосъстояние на работното място и ползи за самите организации.

Проектът възнамерява да въздейства върху системата на ПОО, както и върху МСП и микропредприятията в Европа, чрез следните резултати:



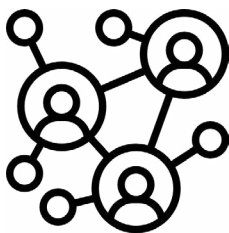
СТРАТЕГИЯ ЗА ПОВИШАВАНЕ НА ОСВЕДОМЕНОСТТА

Стратегия за повишаване на осведомеността и знанията сред предприемачите, мениджърите ЧР, ръководителите на МСП и микропредприятията, синдикатите и работодателите;



(R)EVOLUTIONARY INCLUSION MODEL

(Р)еволюционен модел за приобщаване, който ще бъде изпробван в МСП в четирите участващи държави, като крайната цел е да се предоставят на бизнес лидерите и служителите подходящ набор от стратегии и инструменти за въвеждане и практикуване на невъроизобразимото на работното място;



ЕВРОПЕЙСКА МРЕЖА

Европейска мрежа за изграждане на дълготрайна рамка с участието на различни заинтересовани страни за последващо развитие и надграждане на резултатите по проекта.

Проектът “Невродивергентност на работното място” по програма “Еразъм+” има за цел да разработи и приложи на практика стратегии и инструменти за приобщаване на невродивергентните служители, и в резултат на това да:

01

Превърне работодателите в двигатели на приобщаването на работното място (например, чрез прилагане на принципа “Моят работодател ми помага да разбера в какво съм добър”);

02

Промени негативното възприемане на специфичните образователни потребности (СОП) към една нова перспектива за по-балансиран подход за подкрепа и признаване на силните страни на невронетипичните служители;

03

Осигури условия за съвместно създаване на конкретни практики и решения, чрез участие на невронетипичните служители;

04

Разпространяване на взетите решения в компанията чрез демонстриране на ползите за всички останали служители.

Проектът NEW включва сътрудничество между шест организации партньори. Водещият партньор е FORMA. Azione, а партньори по проекта са:



AIDP (ИТ)

Италианска асоциация за мениджмънт на ЧР



FORMA.Azione (ИТ)

доставчик на професионално образование и обучение за възрастни, работещи на национално и ЕС ниво



EDA (БЕ)

Европейска асоциация за дислексия



DIE BERATER (АУ)

консултантска компания за обучение и развитие със задълбочено познание в сферата на разнообразие и приобщаване, управление на ЧР, обучение на работното място



CATRO (БГ)

компания с опит в сферата на организационното консултиране и управление и развитие на човешките ресурси, допринасяща още със специфични познания за Neuro-agility



Ireland
SPECIALISTERNE

Specialisterne Ireland (ИЕ)

специалисти в консултирането, които подбират и подпомагат талантиливи хора в спектъра на аутизма и тези със сходно невродивергентно предизвикателство в намирането на работа.

**В допълнение, има няколко Асоциирани партньори,
които сътрудничат на проекта:**



AIDP INTERNATIONAL (IT)



Network Italia

UNGCNI

Italian Dyslexia Association (IT)



AID (IT)

Associazione Italiana Dislessia



UIL

**UNIONE ITALIANA DEL LAVORO
TRADE UNION (IT)**

PLATTFORM FÜR
BERUFSBEZOGENE
ERWACHSENENBILDUNG

**Plattform für Berufsbezogene
Erwachsenenbildung (AY)**



BULGARIAN ASSOCIATION
FOR PEOPLE MANAGEMENT

BPMA

**Bulgarian Association for People
Management (БГ)**



DAI - Dyslexia Association of Ireland (IE)



Dyspraxia/DCD Ireland (IE)

2#

Какво е Невродивергентност?

Терминът “невродивергентност” е въведен през 1998 г. в статия, публикувана от Харви Блум в “Ню Йорк Таймс” и доразвита от Джуди Сингър, австралийски социолог. (Blume, 1998).

Невродивергентността е идеята, че атипичното невроразвитие (невронетипично от нормата) е нормална, естествена вариация в човешкия геном, което трябва да бъде признавано и уважавано като всички други биологични вариации. Различията могат да се проявят в начина на възприемане и обработка на информация, езика, звуците, образите, светлините, текстурата, вкуса, движенията и емоциите. (Hermon, 2004).

Всъщност терминът “невронетипичен” не е просто синоним на увреждане. Понятието “невродивергентност” има за цел да насочи вниманието към нетипичните начини на мислене, учене и обработване на информация, които бидейки различни от нормата, не са непременно неблагоприятни. Да бъдеш невронетипичен не означава да бъдеш личност, която трябва да бъде защитена, а преди всичко да бъдеш талант, който трябва да бъде оценен, както на работното място, така и в обучението и образователните дейности, което да носи ползи в личностен план и в социалния живот.

Следователно невродивергентността се отнася до безкрайната вариативност на невропознанието в рамките на човешката популация на Земята. То показва, че всеки човек притежава уникална комбинация от умения и потребности. Невродивергентността описва идеята, че хората преживяват и взаимодействат със заобикалящия ги свят по много различни начини; няма един-единствен “правилен” начин на мислене, учене и поведение. Различията не трябва да се разглеждат като дефицити.

Невродивергентността е един вид подмножество на биоразнообразието - термин, използван предимно с цел подпомагане на опазването на видовете. Биоразнообразието предполага, че в интерес на човека е да желае да общува с всички видове, независимо от тяхната предполагаема полезност за човека.

Това се основава на принципа, че:

- **Колкото по-голямо е биоразнообразието в екосистемата, толкова по-стабилна, адаптивна и устойчива е тя;**
- **Екосистемите са свързани помежду си по сложен начин, който влияе на различните форми на живот, включително и на човешкия живот;**

От това следва, че колкото повече се уважава и насърчава невродивергентността в културата, толкова по-стабилна и адаптивна е тя.

2.1#

Какво не е невродивергентност

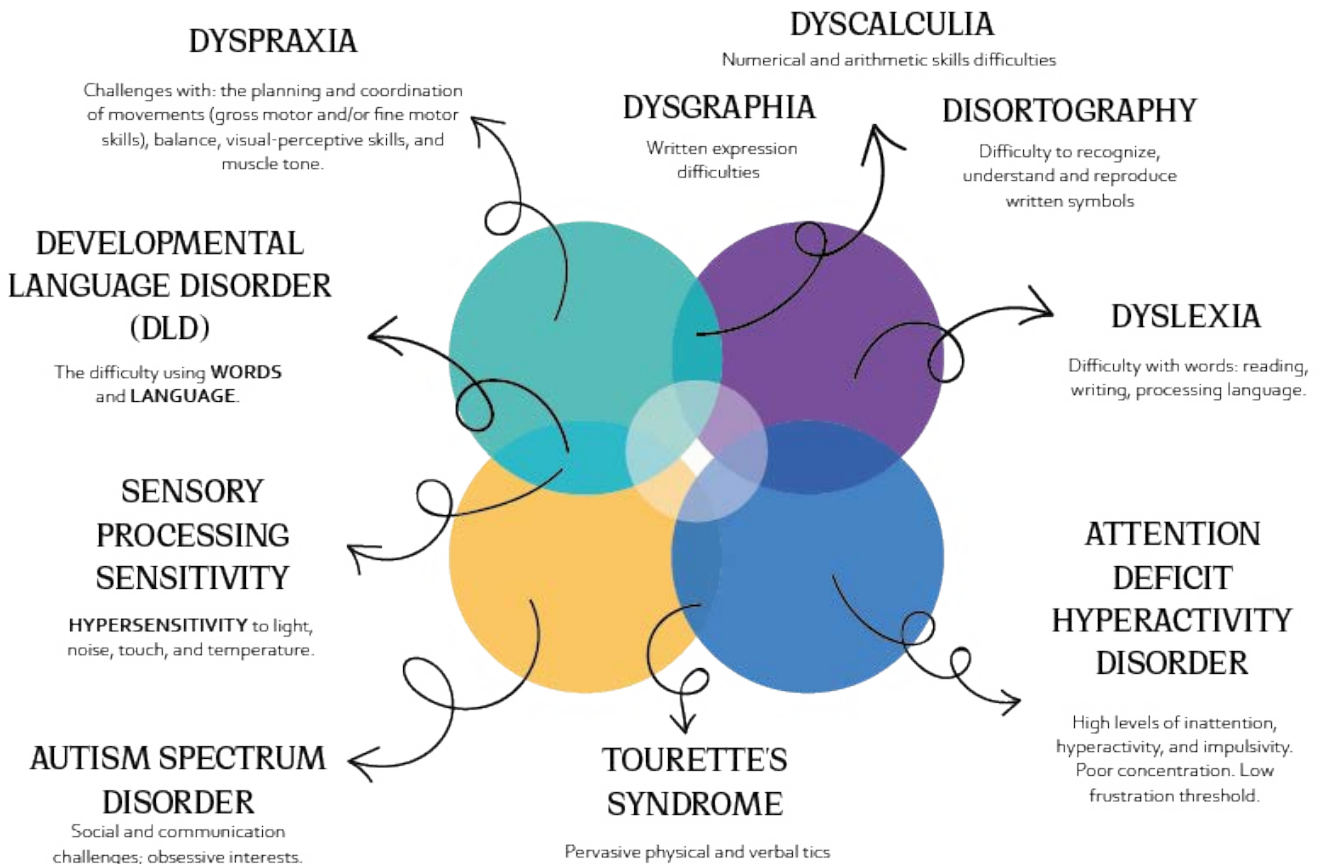
Невродивергентност не е психомедицински диагноза. Нито пък е инструмент, който да раздели „нас“ „нормалните“ от „тях“ „невронетипичните“. Всички ние сме невронетипични, защото няма двама еднакви човека на планетата.

2.2#

Невродивергентност в контекста на проекта NEW

Въпреки че горепосочената графика е много ясна и разбираема, си струва да подчертаем, че в контекста на проекта NEW Синдромът на Турет няма да бъде взет под внимание, а фокусът на Стратегията за повишаване на осведомеността и наборът от дейности ще бъде приложени за всички останали категории.

NEURODIVERSITY MAP



3# Защо Стратегията за повишаване на осведомеността за Невродивергентността се адресира към МСП и микропредприятия?

Настоящата стратегия за повишаване на осведомеността е първият инструмент, оформен като цялостен документ, който да подпомогне МСП и микропредприятията в процеса на информиране и осведомяване на служителите и всички други заинтересовани страни за значението на невродивергентността на работното място.

Чрез подробни действия сред отделните целеви групи, невродивергентността трябва не само да бъде по-добре позната, но и популяризирана като предимство за бизнеса и за управлението на човешките ресурси през 21-ви век.

Пандемията COVID 19 принуди МСП и микропредприятията да променят обичайната си организация и методи на работа в съответствие с ограниченията, както и да се приспособят към различните ситуации и лични задължения, които служителите изпитаха по време на пандемията.

В този процес на (р)еволуция, от една страна, малко от тези организации бяха достатъчно подготвени да се справят с това предизвикателство и незабавно да определят нов и ефективен подход към лидерство и организация. От друга страна, не всички служители притежават подходящи знания и умения, за да се възползват от по-дигитализираната работна среда, както и от ефективната работа от разстояние. Сред тях тези, които са най-непознати в компаниите, почти невидими, са хората, засегнати от специфични различия в ученето, като дислексия, дискалкулия, дисграфия, диспраксия, СДВХ и други невродивергентни състояния.

Поради тази липса на компетентност, осведоменост и разбиране, COVID 19 увеличи неравенството сред служителите, като изложи на риск от маргинализация или незачитане на квалификацията на онези, които са по-малко оборудвани с цифрови умения и/или в които ръководителите не инвестират достатъчно. Това доведе до нови практики за управление и професионално и кариерно развитие, както и до работни пространства, които обаче бяха проектирани само с оглед на невротипичните лица, без да се отчита невродивергентността на работната сила.

Все още предстои много работа в областта на организационната културата, за да се преодолеят тези проблеми, да се осъвременят процесите по управлението на човешките ресурси и адаптирането на работната среда, за да се осигури по-приобщаваща среда и да може по-добре да се развият талантите на невроатипичния персонал.

Като се има предвид тази картина, стратегията за повишаване на осведомеността по проекта NEW има за цел да бъде средство за изграждане на общ транснационален модел за "повдигане на въпроса" в МСП и микропредприятията по отношение на приобщаването и благосъстоянието на хората със специфични различия в мисленето и ученето и ефективното управление на невродивергентността като ключов актив в съвременния бизнес, като богатство, което има потенциала да насочи бизнеса към по-етично и проспериращо бъдеще.

Както вече беше споменато, необходимо е да се насърчи културна промяна, която да доведе до положително отношение към СОП, да се подкрепят индивидуалните таланти, които носи невродивергентността на работното място, дори да се създадат необходимите предпоставки хората със СОП да могат спокойно да разкрият техните невроатипични черти. (Италианска асоциация по дислексия - <https://dsaelavoro.aiditalia.org>). Малките и средните предприятия, които са гръбнакът на европейската икономика, могат да се превърнат в двигател и стимул за развитието на работната среда, след като получат специфични компетенции и разбиране за подхода и практиките на невродивергентността на организационно ниво. Тези компании могат да бъдат силен съветник за разрушаване на невидимите стени, които правят организациите неприобщаващи и незачитащи уникалността на хората. Приносът, който МСП и микропредприятията ще внесат в този проект, ще предостави полезна информация и ще позволи разпространението и създаването на модел, с който да се систематизират действията и да се гарантира последващото им трансфериране и устойчивост.

Разработвайки и прилагайки тази стратегия,
партньорите по проекта NEW очакват да:

01

повишат разбирането и интереса на доставчиците на професионално образование и обучение (ПОО), МСП и съответните заинтересовани страни по отношение на невродивергентността;

02

допринесат за създаването на приобщаваща среда, която насърчава справедливостта и равенството, като предотвратяват дискриминацията и стигмата;

03

дадат възможност на невронетипичните хора да участват във формирането на приобщаваща среда в ПОО и на работни места;

04

съберат данни и информация за невродивергентността, което до голяма степен е непознато, и в същото време полезно за основните участници и заинтересовани страни на пазара на труда и за по-широката общност;

05

насърчат и развият ангажираността на МСП по отношение на невродивергентността и участието им в дейностите по проекта.

4#

Основни принципи

Стратегията за повишаване на осведомеността е вдъхновена от следните принципи:

Невродивергентността на работното място е актив, който трябва допълнително да се проучва от работодателите, предприемачите и мениджърите ЧР, за да се възползват по-добре от нея на ниво компания и общество;

Политиките за многообразие, равнопоставеност и приобщаване във всички компании са ключови фактори за създаването и прилагането на модерни политики и практики в областта на ЧР, които са доказали своята ефективност и са силно необходими на служителите за насърчаване задържането и ангажираността на работното място;

Ориентиран към личността подход следва да се прилага за всички служители, към които е насочена стратегията, като се реферира към „преживяването на служителя“ (Employee experience). Този процес не е само средство за прилагане на практики за приобщаване и многообразие в организацията, но е и нова перспектива за развитие на талантите и иновациите. Компаниите могат да имат полза от засиленото присъствие на невронетипични лица на работното място, защото те могат да допринесат за иновациите и конкурентоспособността на компанията;

Компаниите на 21ви век трябва да бъдат още по-фокусирани върху **устойчивостта** на техните работни практики, за да насърчат и практикуват включването на всички разнообразни таланти и налични ресурси. Това е ключът към траен успех;

МСП са **основните участници в производствения сектор на европейските страни**, но те не са запознати с динамиката на многообразието, равнопоставеността и приобщаването и следователно с всичко, свързано с неврологичното многообразие, и са по-малко запознати с това как да играят важна роля на обществено ниво чрез приобщаване и социална отговорност.

Тези принципи идват от самата концепция за Невродивергентността: хората преживяват и взаимодействат със света около тях по много различни начини. Следователно няма един „правилен“ начин на мислене, учене и поведение, и различията не се гледат като дефицит.

¹ <https://hbr.org/2017/05/neurodiversity-as-a-competitive-advantage>

Това ни кара да се замислим как невродивергентността, като всеки друг вид многообразие (етническо, религиозно, възрастово, полово или сексуална ориентация), може да бъде добавена стойност за компаниите, истински ресурс вместо ограничение или проблем. Въвеждането на многообразието, от всеки вид, в работната среда позволява да се използва неизчерпаем ресурс от „латерално мислене“, полезен за преглед на работата и организационните процеси в още по-нова, иновативна и никога нетрадиционна светлина. По принцип всеки с някаква форма на невродивергентност, от една страна може да изглежда като дефицит (обикновено във взаимоотношенията с другите или способността да използва конвенционални методи на мислене), но от друга страна може да бъде биологична предиспозиция за развитие на таланти над нормата.

Например хора с СДВХ може с голяма лекота да се справят със стресови ситуации дори при наличието на многобройни големи творчески способности. Аутистите или хората със синдрома на Аспергер, от друга страна, могат да имат обсебващо внимание към детайлите, желязна памет и визуално-пространствени способности над нормата. Някои хора с дислексия или като цяло със СОП, са с много визуален стил на учене, използват тази специфична особеност, за да възприемат визуална информация по-бързо и по-ефективно от другите хора (Geiger et al., 2008). Тази способност изглежда е предимство за тези работодатели, които изискват триизмерно мислене, като например в областта на астрофизиката, генетиката и инженерството.

Тази „нова“ визия на многообразието и приемането се е установила глобално като фундаментална стойност на работното място.

Един от партньорите в проекта NEW, Specialisterne Ireland, заявява в своята политика за Наемане на служители с невронетипност, че има многобройни

ползи от наемането на невронетипични служители за бизнеса, индивида и обществото като цяло и че това може да бъде постигнато при минимални разходи за работодателите. В списанието *The Business Harvard Review* от май-юни 2017 г., “Невродивергентността като конкурентно предимство”, Робърт Д. Остин и Гари П. Пизано потвърждават, че много хора с неврологични състояния като разстройство от аутистичния спектър и дислексия имат изключителни умения, включително в разпознаването на модели, паметта и математиката. Въпреки това те често не успяват да се впишат в профилите, които работодателите търсят. Все по-голям брой компании в САЩ, сред които SAP, Hewlett-Packard Enterprise и Microsoft, са реформирали процесите си в областта на човешките ресурси, за да получат достъп до невродивергентни таланти, и в резултат на това наблюдават повишаване на производителността, подобряване на качеството, засилване на иновативните способности и повишаване на ангажираността на служителите.

Въпреки че компаниите имат невронетипични представители, те не са много насочени към ресурсите и уменията на индивида. При определянето на някои състояния на невродивергентността преобладават негативните термини, които очертават човек, който има недостатъци на различни нива и които увеличават дефицита, а не обогатяването. Термини като агрегия, загуба на връзка с реалността, самонараняване, “пребиваване в паралелен свят” се превръщат в реални етикети, които са неизменни и от които е трудно да се освободим. Ето защо безспорно е важно да се използва личностно ориентиран подход при прилагането на стратегията за повишаване на осведомеността, за да се гарантира, че всички служители (които невинаги могат да бъдат разпознати като невронетипични) отчитат и признават както усилията, положени от компаниите за превръщане на работните места в по-дружелюбни и приобщаващи към многообразието като цяло, така и повишената осъзнатост и информираност на колегите, а това става видимо чрез по-добро отношение и положително поведение към невродивергентността и многообразието като цяло.

Разпознаването и използването на практики за многообразие, равенство и приобщаване (DEI) е ключово за всички организации, които искат да увеличат иновациите и да подобрят своята гъвкавост, устойчивост и репутация. Понастоящем целите за

устойчиво развитие на ООН подтикват компаниите на глобално ниво да бъдат напълно ангажирани в търсенето на начини за ефективно практикуване на устойчивост, не само като станат по-екологични и дигитални, но и чрез полагане на усилия за осигуряване на равенство и предотвратяване на дискриминацията на работното място. Възприемането на подхода на невродивергентността може конкретно да осигури този капацитет на работещите организации, както и да вдъхнови служителите да действат сами като устойчиви работници.

Важността да се обърне внимание на МСП се основава главно на данни, които ясно показват, че според статистиката на Евростат от 2019 г. МСП в Европа представляват 99,8 % от общия брой предприятия, в които работят около 64,5 % от работната сила и които произвеждат 52,4 % от brutната добавена стойност. Следователно тяхната работна сила представлява значителен набор от хора, чиято организационна култура допринася директно за оформяне на ценностите, правата и резултатите на предприятията, също и по отношение на политиките на за многообразие и приобщаване. Затова е изключително важно да се инвестира в организационната култура и капацитета на МСП за развитие на подходящи умения за прилагане на политиките в областта на човешките права и повишаване на разнообразието, следвайки това, което вече е утвърдено в големите компании и международните компании и организации.

5#

Основен критерий за определяне и измерване на Стратегията за повишаване на осведомеността

С цел прилагане на Стратегията за повишаване на осведомеността е необходимо да се определи подходящ път за ефективно превръщане на ключовите принципи в действия, които привеждат и постепенно променят работното място на МСП към по-приобщаващо невродивергентната перспектива.

В тази връзка, бе определен общ набор от критерии, на които се базира Стратегията за повишаване на осведомеността, за да могат действията, прилагани във всяка страна, да бъдат съпоставими и да се измери тяхната ефективност.

Критериите, които трябва да се следват при разработването и прилагането на стратегията, са:

01

Въздействие върху нивото на знания и компетенции на различните целеви групи във връзка с невродивергентността и други свързани с нея теми (напр. емпатия сред колеги, отвореност към многообразие и др.);

02

Възможност за трансфериране и мултиплициране на дейностите и инструментите, прилагани в МСП и микропредприятията, и сред различни други икономически сектори (ако е приложимо), с различен културен контекст;

03

**Ниво на интеграция с вече съществуващите в
компанията практики и методи;**

04

**Ниво на комбиниране и ефективност на вътрешна и
външна комуникация;**

05

**Въвличане на други релевантни ключови
заинтересовани страни;**

06

**Устойчивост на ресурсите и материалите от гл.
т. на намалено влияние върху околната среда,
предпочитайки дигитални ресурси и материали.**

По-долу критериите са описани от гледна точка на очакваното влияние в резултат на приложените дейности и инструменти, разработени в Стратегията за повишаване на осведомеността:

01

Въздействие върху нивото на знания и компетенции на различните целеви групи във връзка с Невродивергентността и други свързани с нея теми (напр. емпания между колеги, отвореност към многообразие и др.)

- **Повишени знанията, на първо място, за невродивергентността, но също така и за други свързани теми (напр. политиките за многообразие, равенство и приобщаване; сътрудничество между колеги/заинтересовани страни и др.), така че това да доведе до промяна в досегашните нагласи и умения (напр. графичните дизайнери са по-чувствителни по темата и как да общуват по-добре с невронетипичните хора);**

- **Променен приобщаващ писмен и устен език в комуникационните материали и канали в компанията (напр. като се избягват негативни термини като „специфични образователни потребности“, „липса на ...нещо“ (на италиански, например, дефицит се свързва с негативната дума „недостатъчен“);**
- **Подобрени уменията и ново поведение от страна невротипчните служителите към невронетипичните (напр. повишена емпатия на работното място; повишена възможността за преодоляване на стереотипите и предразсъдъците, свързани с невронетипичните хора; умения за насърчаване на по-приобщаващо работно място и др.);**
- **Позитивен поглед и разбиране от страна на всички целеви групи относно силните страни и талантите на всяка една невродивергентна категория на работното място (т.е. хората с аутизъм обикновено имат високи резултати в областта на ИКТ и математиката).**

02

Възможност за възпроизвеждане и прехвърляне на действията и инструментите, прилагани в МСП и микропредприятията, сред различни икономически сектори (ако е приложимо), с различен културен контекст

- Въведените действия и инструменти са добре приети, и заявени за ползване от други МСП и микропредприятия, които не са включени като целева група в проекта NEW;
- Дейностите и инструментите на Стратегията се препоръчват и от различни сдружения на работодателите;
- Други региони и/или други страни в Европа също са заинтересовани да използват Стратегията за повишаване на осведомеността, изпращайки запитване в страницата на проекта и/или питайки директно целевата група.

03

Ниво на интеграция с вече съществуващите в компанията практики и методи

- Стратегията за повишаване на осведомеността (или част от нея) е интегрирана по подходящ начин чрез изготвяне на план за вътрешна/външна комуникация;
- Дейностите и инструментите, експериментирани в рамките на Стратегията за повишаване на осведомеността, са разработени от комуникационни и графични дизайнери, които обикновено се наемат от МСП/микропредприятията;
- Дейностите и инструментите, експериментирани в рамките на Стратегията за повишаване на осведомеността, са допринесли до усъвършенстване и по-добра квалификация на обичайната комуникационна кампания, провеждана от целевите групи, участващи в проекта NEW;
- По-добра чувствителност по темата от страна на фирмите/експертите в областта на комуникациите и графичния дизайн, и в резултат на това графичните продукти биват съгласувани със спецификите на невродивергентните служители.

04

Ниво на комбиниране и ефективност на вътрешна и външна комуникация

- Действията и инструментите, експериментирани в рамките на Стратегията за повишаване на осведомеността, са ефективни както вътрешно, така и външно;
- Действията и инструментите, експериментирани в рамките на Стратегията за повишаване на осведомеността, довеждат до повишено сътрудничество между МСП/микропредприятията с общността и заинтересованите страни, като асоциации за Аутизъм, Дислексия и др.
- Съгласуването на вътрешна и външна комуникация има потенциала да повиши „преживяването на служителя“ (Employee experience).

05

Въвличане на други релевантни ключови заинтересовани страни

- **Извършено е или е налично картографиране на съответните териториални мрежи и заинтересовани страни (включително консултанти, синдикати), с които МСП и микропредприятията поддържат контакти.;**
- **Действията и инструментите, експериментирани в рамките на Стратегията за повишаване на осведомеността, включват всички заинтересовани страни по темата на локално и национално ниво;**
- **Въвеждайки първите действия (онлайн и офлайн) от Стратегията за повишаване на осведомеността, други релевантни заинтересовани страни изявяват желание да сътрудничат.**

06

Устойчивост на ресурсите и материалите от гл. т. на намалено влияние върху околната среда, предпочитайки дигитални ресурси и материали

- **Дейностите, инициативите и инструментите са налични както онлайн, така и офлайн и графиките са достъпни за всички невродивергентни целеви групи;**
- **Дейностите, инициативите и инструментите са достъпни и разпространени чрез основните социални мрежи и съгласувани с политиките за устойчивост;**
- **Приемат се конкретни политики за намаляване на количеството хартия и рециклиране на материали за използваните материали и инструменти.**

6#

Основни послания

Основните послания са на Стратегията, която цели активиране на културна промяна в организациите: от „подхода на СОП“ към перспективата на невродивергентността. Тази „промяна в парадигмата“ ще допринесе не само за приобщаването и благосъстоянието на служителите със СОП, но ще разкрие и ползите от практиките за приобщаване и многообразие и по-специфично тези за невродивергентност, по отношение на конкретна добавена стойност за бизнеса от гледна точка на конкурентоспособност и лидерството. Това също така ще даде възможност за овластяване на работниците със СОП, които ще се чувстват по-комфортно да разкриват своите различия, страхувайки се по-малко от стигмата.

В Стратегията за повишаване на осведомеността на NEW основните послания ще се появят от специфични въпроси:



КАК МОЖЕТЕ ДА НАСЪРЧИТЕ НЕВРОДИВЕРГЕНТНОСТТА НА РАБОТНОТО МЯСТО?



КАКВИ СА ПОЛЗИТЕ ОТ НЕВРОДИВЕРГЕНТНОСТТА ЗА РАБОТОДАТЕЛИТЕ?



КАК КОНЦЕПЦИЯТА ЗА НЕВРОДИВЕРГЕНТНОСТТА СЕ ОТНАСЯ ДО ЕТИКАТА?



КАКВО СЕ ВКЛЮЧВА В НЕВРОДИВЕРГЕНТНОСТТА?

На тези въпроси ще бъде отговорено, фокусирайки
Стратегията върху специфични основни послания, както
следва:

“Приятелска невродивергентна работна среда е от полза за всички”

“Оценяване на невронетипичните служители”

“Ползите от невродивергентност на работа”

“Приятелската невродивергентна работна среда позволява на служителите да постигнат своя пълен потенциал”

“Хората с невронетипични профили могат да донесат страхотни ползи на работното място”

“Работните места могат да подкрепят невронетипичните служители, бивайки гъвкави и приспособими”

“Отпразнуване на ценността на невродивергентността на работното място”

“Обикновени, безплатни или евтини приспособления могат да направят работното място достъпно”

“Заедно работодатели и служители могат да направят работното място невродивергентно приятелско”

“Моят работодател ми помогна да открия в какво съм добър”

“Невронетипичните служители са актив на работното място”

7#

Целеви групи

Стратегията е адресирана към следните таргет групи:

А **Служители на МСП, включително потенциално невронетипични служители** – разпространяването на културата за невродивергентната в цялата организация може да помогне за създаването на цялостна осведоменост и по-добро разбиране и откликване на многообразието от страна на колегите. Това може да предразположи невроатипичните служители да споделят своите специални образователни потребности, страхувайки се по-малко от стигмата, тъй като се възприемат като личности с уникални предимства, от които компаниите могат да извлекат голяма полза. Ето защо е ключово включването на служителите в проекта от самото му начало. Кампанията за повишаване на осведомеността е насочена и към тях, за да се популяризира призивът за действие към ръководствата в техните компании.

В **Предприемачи, мениджъри ЧР и отговорници за многообразието и приобщаването, лидери на МСП/ микропредприятия** – от съществено значение е да се повиши тяхната осведоменост за невродивергентността, предназначена не само като средство за подобряване на многообразието и приобщаването на ниво компания, но и в полза на невронетипичните таланти, които допринасят за бизнес иновациите и конкурентоспособността. Ето защо към тях е насочена Стратегията за повишаване на осведомеността и те, заедно със служителите, ще бъдат основните потребители на кампанията.

С **Създатели на политики, синдикати, работодателски организации, организации за ПОО и други заинтересовани страни (съветници, партньори, доставчици)** – участието им в дейностите за повишаване на осведомеността позволява на партньорите постоянно да обвързват изпълнението на проекта с нуждите, свързани с невродивергентността, които възникват сред основните заинтересовани страни от МСП, пазара на труда и ПОО. Това позволява също така да се активизират членове на общността, които могат да действат като влиятелни лица поради своите предишни познания и осведоменост относно невродивергентността (напр. поради личния им опит като родители или благодарение на професионалния/академичния им опит).

Целевите групи са адресирани, вземайки предвид пирамидата на Дейвид Алън Аакър за осъзнаване на марката: това е план на бранда, който подчертава значението на идентичността на марката и предлага уникални решения за изграждане на силен бранд, както партньорството NEW възнамерява да направи с марката "Neurodiversity".



Инструментът на Аакер също така ни позволява да измерим ефекта от предприетите действия по 4 основни оси, които могат да бъдат пренесени в контекста на въпроса за невродивергентността:

01

Липса на познания

(Unaware of a Brand)

в основата на пирамидата са тези, които нямат никаква представа/ знания за невродивергентността. Това са тези, които трябва да бъдат включени и от емоционална гледна точка и по отношение на фактологията на информацията. Въпросът трябва да бъде обяснен подробно. Например, разказването на истории със сигурност може да бъде ефективно

02

Минимални познания

(Brand Recognition)

вървейки нагоре по пирамидата, тези, които са запознати с темата невродивергентност; това са тези, които ангажирани с въпроси и стимули, могат да станат силно осведомени и да разпространяват от уста на уста в техния социален и работен контекст.

03

Силни познания

(Strong knowledge)

още повече са тези, които познават невродивергентността и могат веднага да установят връзка с референтните области. Това са тези, които, ако са стимулирани от онлайн и офлайн средствата за комуникация, улесняват правилното предаване на информация в контекста на социалната сфера, приятелите и работата, като същевременно подкрепят хората от най-високото ниво.

O4 Top of mind

последното ниво на пирамидата, най-високото и най-малобройното, е това, което включва тези, които имат преки познания по темата. Те са тези, които поради своя личен или семеен опит могат да упражняват ролята на посланици на темата в различен контекст и/или системи, които посещават.

Схемата на Аакер е полезна, за да разберем, че нито една референтна група не е изключена, в контекста на разпространение на истински приобщаваща култура по отношение на темата за невродивергентността и невронетипичните хора. Ясно е, че в допълнение към участието на служителите на МСП, корпоративните клиенти и доставчиците също ще трябва да бъдат привлечени, и тъй като МСП имат опит с контекста, с територията, и тук могат да действат като резонансна точка, за да достигнат дори до всички онези, които не са запознати с темата или просто я познават повърхностно.

8#

Изпълнение на Националната кампания: действия, методи и подкрепящи материали

Партньорите по проекта NEW решиха, че най-добрият начин да стартират Стратегията за повишаване на осведомеността е чрез изграждането и провеждането на Национални кампании, според определен критерий и взимайки предвид спецификите на контекста, във всяка от страните по проекта. По този начин националните кампании се основават на разнообразни действия, инициативи и инструменти, проектирани, разработени и прилагани в съответствие с онлайн и офлайн каналите, нуждите/профилите на МСП, културния контекст, нивото на осведоменост и познания на служителите, неврологичните различия в способностите на хората, така че да отговарят и на критериите, описани по-горе.

Националните кампании се състоят от следните действия, които могат да бъдат планирани и осъществени в зависимост от нуждите на различните целеви групи и нивото на осведоменост и познания, следователно с различни срокове и при спазване на евентуални приоритети, ако е необходимо. Например предлагаме да се започне с информационни действия и/или действия за проучване и диагностика, а след това, когато хората са признати и готови да се активират, да се пристъпи към мотивационни и ангажиращи действия.

Заедно с набелязаните действия партньорите по проекта NEW избраха да приемат следните методи и материали, като се опитат да постигнат последователен набор от същите в съответствие с опита и капацитета на партньорите и взимайки предвид принципите и критериите, определени в настоящата Стратегия за повишаване на осведомеността.

ЦЕЛЕВИ ГРУПИ:

Предприемачи, мениджъри ЧР и отговорни за многообразието и приобщаването, лидери на МСП/ микропредприятия

ЦЕЛИ	ДЕЙНОСТИ	МЕТОДИ	Материали (виж Анекс.2/3)
<ul style="list-style-type: none"> Повишаване на разбирането и отговорността на доставчиците на Професионално обучение и образование (ПОО), МСП и релевантни заинтересовани страни за невродивергентността Насърчаване и развиване на ангажираността на МСП по отношение на невродивергентността и участието им в дейностите по проекта. 	<p>Информационни действия за политиките за многообразие и приобщаване на невродивергентността и несъзнателните предразсъдъци (включително правни задължения и рамки), за да се започне разпространението на информация от първа ръка, за да се стимулира интересът и същевременно да се предоставят подходящи данни за намаляване на дезинформацията и стигматизацията и за повишаване на критичното мислене.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Мейл или публикация в социалните мрежи на информативни материали Информационни сесии чрез уебинари или семинари за приобщаващ език, невноразнообразие, политики за многообразие и приобщаване и несъзнателно предубеждение Сесии, посветени на невронетипичното мислене Организиране на Ден за повишаване на осведомеността за невродивергентността, където експерти по темата са поканени в компаниите да обяснят какво е невродивергентност, за какво е проектът NEW, какви видове ресурси/ дейности/ инструменти могат да използват компаниите, за да бъдат по-приобщаващи и др. 	<ul style="list-style-type: none"> Дигитални версии на листовки, пощенски картички и картички Видеоклипове

ЦЕЛЕВИ ГРУПИ:

Предприемачи, мениджъри ЧР и отговорни за многообразието и приобщаването, лидери на МСП/ микропредприятия

ЦЕЛИ	ДЕЙНОСТИ	МЕТОДИ	Материали (виж Анекс.2/3)
<ul style="list-style-type: none"> събиране на данни и информация за явление, което до голяма степен е непознато, и в същото време полезно за основните участници и заинтересовани страни на пазара на труда и пошироката публика; насърчаване и развиване на ангажираността на МСП по отношение на невродивергентността и участието им в дейностите по проекта 	<p>Действия по проучване и диагностика, чрез които, паралелно със събирането на данни и оценяване нивото на осведоменост и познания на работодателите и служителите на МСП, се осъществява и повишаване осведомеността на респондентите по темата за невродивергентността на работното място. Това може да повиши любопитството и/или осъзнатостта за липсата на знания, което от своя страна, може да провокира за търсене на повече съдържание.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Онлайн проучване на нивото на осведоменост и познания за невродивергентността, докладване и споделяне на резултатите - предварително (преди обучението и пилотните дейности) и последващо (след обучението и пилотните дейности) 	<ul style="list-style-type: none"> Формуляр за проучване
<ul style="list-style-type: none"> допринасят за създаването на приобщаваща среда, която насърчава справедливостта и равенството, като предотвратяват дискриминацията и стигмата; овластяване на невронетипичните хора да участват във формирането на приобщаваща среда в ПОО и на работното място; насърчаване и развиване на ангажираността на МСП по отношение на невродивергентността и участието им в дейностите по проекта 	<p>Мотивационни действия, насочени към събуждане на интерес не само към конкретната тема и свързаните с нея концепции, но и към мобилизиране на работодателите и служителите като възможни активни страни срещу дискриминацията на работното място и за по-приобщаваща среда, особено за невронетипичните лица.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Кампания в социалните мрежи /офлайн кампания за подкрепа на лидерите на МСП да се държат различно, когато се сблъскват с невродивергентността на работното място Семинари / Уебинари за представяне на шампиони в областта на практиките на невродивергентността, като се канят хора от компании, които вече успяват да приобщят чрез насърчаване на невродивергентност в своята среда 	<ul style="list-style-type: none"> Мотивационни графични изображения Видеоклипове Информационни листовки

ЦЕЛЕВИ ГРУПИ:

Предприемачи, мениджъри ЧР и отговорни за многообразието и приобщаването, лидери на МСП/ микропредприятия

ЦЕЛИ	ДЕЙНОСТИ	МЕТОДИ	Материали (виж Анекс.2/3)
<ul style="list-style-type: none"> • допринасят за създаването на приобщаваща среда, която насърчава справедливостта и равенството, като предотвратяват дискриминацията и стигмата; • овластяване на невронетипичните хора да участват във формирането на приобщаваща среда в ПОО и на работното място; • насърчаване и развиване на ангажираността на МСП по отношение на невродивергентността и участието им в дейностите по проекта. 	<p>Консултантски дейности под формата на насоки и/или конкретни инструкции за планиране на пътна карта за създаване на по-разнообразни и приобщаващи работни места чрез приемане на конкретни практики и мерки на организационно ниво</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Онлайн/присъствени сесии за представяне на насоки за срещи/конференции, като се вземат предвид нуждите на невронетипичните служители и се събира обратна връзка от МСП • Онлайн/присъствени сесии за представяне на насоки за приобщаващ език с конкретно позоваване на невродивергентността и събиране на обратна връзка от МСП • Популяризиране на насоките чрез уебсайта на проекта и социалните медии 	<ul style="list-style-type: none"> • Насоки за срещи/конференции • Насоки за приобщаващ език
<ul style="list-style-type: none"> • допринасят за създаването на приобщаваща среда, която насърчава справедливостта и равенството, като предотвратяват дискриминацията и стигмата 	<p>Действия за ангажиране, насочени към колективни перспективи и мнения за това как да се увеличи невроразнообразието чрез приобщаващи политики и мерки за многообразие и приобщаване</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Интерактивни сесии по конкретни въпроси, свързани с невродивергентността, за да се насърчи индивидуалното повишаване на осведомеността, обменът между колеги и действителното ангажиране на персонала на МСП чрез разработване на конкретни предложения 	<ul style="list-style-type: none"> • Мотивационни графични изображения • Видеоклипове • Информационни листовки

ЦЕЛЕВИ ГРУПИ:

Служители на МСП, включително потенциално невронетипични служители

ЦЕЛИ	ДЕЙНОСТИ	МЕТОДИ	Материали (виж Анекс.2/3)
<ul style="list-style-type: none"> Повишаване на разбирането и адекватността на доставчиците на професионално образование и обучение (ПОО), МСП и съответните заинтересовани страни по отношение на невродивергентността; насърчаване и развиване на ангажираността на МСП по отношение на невродивергентността и участието им в дейностите по проекта. 	<p>Информационни действия за невродивергентно многообразие, равенство и приобщаване и подсъзнателните предразсъдъци (включително правни задължения и рамки), за да започне разпространението на информация от първа ръка, за да се стимулира интересът и същевременно да се предоставят подходящи данни за намаляване на дезинформацията и стигматизацията и за повишаване на критичното мислене.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Мейл или публикация в социалните медии на информативни материали Информативни сесии под формата на уебинари или семинари за приобщаващия език. Невродивергентност, Многообразие, равнопоставеност, приобщаване и Несъзнателни предразсъдъци Сесии за невродивергентно мислене Организиране на Ден за повишаване на осведомеността за невродивергентността, на който експерти по темата се канят в компаниите, за да обяснят какво е невродивергентност, какво представлява проектът NEW, какви ресурси/действия/инструменти могат да се използват, за да станат компаниите по-приобщаващи и т.н. 	<ul style="list-style-type: none"> Дигитална версия на литовки, пощенски картички, карти Видеоклипове

ЦЕЛЕВИ ГРУПИ:

Служители на МСП, включително потенциално невронетипични служители

ЦЕЛИ	ДЕЙНОСТИ	МЕТОДИ	Материали (виж Анекс.2/3)
<ul style="list-style-type: none"> събиране на данни и информация за явление, което до голяма степен е непознато, и в същото време полезно за основните участници и заинтересовани страни на пазара на труда и по-широката публика; насърчаване и развиване на ангажираността на МСП по отношение на невродивергентността и участието им в дейностите по проекта 	<p>Действия по проучване и диагностика, чрез които, паралелно със събирането на данни и оценяване нивото на осведоменост и познания на работодателите и служителите на МСП, се осъществява и повишаване осведомеността на респондентите по темата за невродивергентността на работното място. Това може да повиши любопитството и/или осъзнатостта за липсата на знания, което от своя страна, може да провокира за търсене на повече съдържание.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Интерактивни сесии по конкретни въпроси, свързани с невродивергентността, с цел проучване на индивидуалната осведоменост и нуждите на персонала на МСП по отношение на темите, свързани с невродивергентността 	<ul style="list-style-type: none"> Видеоклипове Информационни листовки
<ul style="list-style-type: none"> допринасят за създаването на приобщаваща среда, която насърчава справедливостта и равенството, като предотвратяват дискриминацията и стигмата; овластяване на невронетипичните хора да участват във формирането на приобщаваща среда в ПОО и на работното място; насърчаване и развиване на ангажираността на МСП по отношение на невродивергентността и участието им в дейностите по проекта 	<p>Мотивационни действия, насочени към събуждане на интерес не само към конкретната тема и свързаните с нея концепции, но и към мобилизиране на работодателите и служителите като възможни активни страни срещу дискриминацията на работното място и за по-приобщаваща среда, особено за невронетипичните лица.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Кампания в социалните мрежи / offline кампания за подкрепа на служителите на МСП да се държат различно, когато се сблъскват с невродивергентността на работното място Семинари/ уебинари за поредставяне на ролеви модели за невродивергентност, като се канят невронетипични хора, успяващи в своето професионално/лично развитие 	<ul style="list-style-type: none"> -Мотивационни графични изображения Видеоклипове Информационни листовки

ЦЕЛЕВИ ГРУПИ:

Служители на МСП, включително потенциално невронетипични служители

ЦЕЛИ	ДЕЙНОСТИ	МЕТОДИ	Материали (виж Анекс.2/3)
<ul style="list-style-type: none"> • допринасят за създаването на приобщаваща среда, която насърчава справедливостта и равенството, като предотвратяват дискриминацията и стигмата; • овластяване на невронетипичните хора да участват във формирането на приобщаваща среда в ПОО и на работното място; • насърчаване и развиване на ангажираността на МСП по отношение на невродивергентността и участието им в дейностите по проекта. 	Консултантски дейности под формата на насоки и/или конкретни инструкции за планиране на пътна карта за създаване на по-разнообразни и приобщаващи работни места, чрез приемане на конкретни практики и мерки на организационно ниво	<ul style="list-style-type: none"> • Онлайн/присъствени сесии за представяне на насоки за срещи/конференции, като се вземат предвид нуждите на невронетипичните служители и се събира обратна връзка от МСП • Онлайн/присъствени сесии за представяне на насоки за приобщаващ език с конкретно позоваване на невродивергентността и събиране на обратна връзка от МСП • Популяризиране на насоките чрез уебсайта на проекта и социалните медии 	<ul style="list-style-type: none"> • Насоки за срещи/конференции • Насоки за приобщаващ език
<ul style="list-style-type: none"> • допринасят за създаването на приобщаваща среда, която насърчава справедливостта и равенството, като предотвратяват дискриминацията и стигмата; • овластяване на невронетипичните хора да участват във формирането на приобщаваща среда в ПОО и на работното място; 	Действия за ангажиране, насочени към колективни перспективи и мнения за това как да се увеличи невроразнообразието чрез приобщаващи политики и мерки за многообразие и приобщаване	<ul style="list-style-type: none"> • Интерактивни сесии по конкретни въпроси, свързани с невродивергентността, за да се насърчи индивидуалното повишаване на осведомеността, обменът между колеги и реалното ангажиране на персонала на МСП чрез разработване на конкретни предложения • Кутия за събиране на предложения за подобряване на невродивергентността чрез приобщаващи политики и мерки за многообразие, равенство и приобщаване 	<ul style="list-style-type: none"> • Мотивационни графични изображения • Видеоклипове • Информационни листовки • Корпоративен Padlet като "дигитална кутия за предложения"

ЦЕЛЕВИ ГРУПИ:

Заинтересовани страни (включително партньори,
съветници, доставчици)

ЦЕЛИ	ДЕЙНОСТИ	МЕТОДИ	Материали (виж Анекс.2/3)
<ul style="list-style-type: none"> Повишаване на разбирането и адекватността на доставчиците на професионално образование и обучение (ПОО), МСП и съответните заинтересовани страни по отношение на невродивергентността; насърчаване и развиване на ангажираността на МСП по отношение на невродивергентността и участието им в дейностите по проекта. 	<p>Информационни действия за невродивергентно многообразие, равенство и несъзнателните предразсъдъци (включително правни задължения и рамки), за да започне разпространението на информация от първа ръка, за да се стимулира интересът и същевременно да се предоставят подходящи данни за намаляване на дезинформацията и стигматизацията и за повишаване на критичното мислене.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Мейл или публикация в социалните медии на информативни материали Информативни сесии под формата на уебинари или семинари за приобщаващия език. Невродивергентност, Многообразие, равнопоставеност, приобщаване и Несъзнателни предразсъдъци Организиране на Ден за повишаване на осведомеността за невродивергентността, на който експерти по темата се канят в компаниите, за да обяснят какво е невродивергентност, какво представлява проектът NEW, какви ресурси/действия/инструменти могат да се използват, за да станат компаниите по-приобщаващи и т.н 	<ul style="list-style-type: none"> Дигитални версии на листовки, пощенски картички, карти Видеоклипове

ЦЕЛЕВИ ГРУПИ:

Заинтересовани страни (включително партньори,
съветници, доставчици)

ЦЕЛИ	ДЕЙНОСТИ	МЕТОДИ	Материали (виж Анекс.2/3)
<ul style="list-style-type: none"> • допринасят за създаването на приобщаваща среда, която насърчава справедливостта и равенството, като предотвратяват дискриминацията и стигмата; • овластяване на невронетипичните хора да участват във формирането на приобщаваща среда в ПОО и на работното място; • насърчаване и развиване на ангажираността на МСП по отношение на невродивергентността и участието им в дейностите по проекта 	<p>Мотивационни действия, насочени към събуждане на интерес не само към конкретната тема и свързаните с нея концепции, но и към мобилизиране на работодателите и служителите като овъзможни активни страни срещу дискриминацията на работното място и за по-приобщаваща среда, особено за невронетипичните лица.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Кампания в социалните мрежи / офлайн кампания за подкрепа на заинтересованите страни на МСП да се държат различно, когато се сблъскват с невродивергентност на работното място • Семинари/ уебинари за поредставяне на шампиони/ ролеви модели за невродивергентност, като се канят невронетипични хора, успяващи в своето професионално/ лично развитие или представители на компании, които вече успяват да практикуват невродивергентност 	<ul style="list-style-type: none"> • Мотивационни графични изображения • Видеоклипове • Информационни листовки

Анекс 1

Основни стъпки за партньорите за въвеждането на стратегията на национално ниво

- A** Адаптация на стратегията за повишаване на осведомеността и референтните материали на национално ниво, след като вече са споделили ясна представа за основите на стратегията по отношение на принципите, съдържанието, методологиите и материалите, включително структурата на проучването и на призива за действие, както и методологиите за анализ на събраните данни;
-
- B** Превод на стратегията на езиците на партньорите и преработване с националните комитети по невродивергентност на работното място, като се представя стратегията, за да се събере обратна информация и съответно да се преработи;
-
- C** Картографиране на МСП, микропредприятията и заинтересованите страни, към които да се насочат усилията за прилагане на стратегията на национално равнище;
-
- D** Стартиране на кампанията за повишаване на осведомеността на национално и европейско ниво в съответствие с целите, действията и материалите, включени в Стратегията за повишаване на осведомеността. Всички партньори ще използват своите официални/информационни мрежи от МСП, за да достигнат до МСП, както и националните и европейските мрежи на доставчиците на ПОО, синдикатите и асоциациите за дислексия, членове на Европейската Агенция по Аутизъм (EDA), за да действат като разпространители на кампанията;
-
- E** Популяризиране на национално, европейско и международно равнище чрез онлайн канали на предварително проучване за МСП, след което събиране и анализ на отговорите с цел получаване на значими данни за знанията, осведомеността, нововъзникващите нужди и практики, свързани с невродивергентността в МСП, за да се получат конкретни указания за структуриране на дейностите по обучението по проекта;

F

Отпращане на покана за действие за набиране на МСП, желаещи да участват в следващите дейности по проекта (обучение и пилотни дейности). Партньорите ще популяризират поканата сред МСП, които вече са участвали в проучването, и ще съберат заявленията, като се погрижат да обяснят, че участието на същите МСП в следващите дейности по проекта е силно препоръчително, за да се гарантира ефективното въздействие на дейностите по проекта;

G

Споделяне с МСП и други заинтересовани страни на предварителните данни от проучването, заедно с пряката обратна връзка от изпълнението на първите дейности за повишаване на осведомеността, за да се започне разработването на подход за непрекъснато подобряване на изпълнението на стратегията;

H

По-нататъшно преразглеждане и актуализиране на стратегията през целия период на проекта въз основа на събраните данни и обратна връзка, както и на резултатите от последващите дейности.

N.B. За да се постигне ефективно изпълнение, е важно да се създаде Координационен Комитет, който да решава и управлява най-подходящите действия, които да се приложат на практика. Комитетът ще трябва да бъде съставен от всеки партньор за изпълнение на стратегията във всяка отделна страна, с конкретни компании и цели, които всеки партньор счита за полезни и е в състояние да включи.

В Италия например, Координационният комитет може да е съставен както следва от:

AIDP, FORMA.Azione, AID, Global Compact + италианските заинтересовани страни, които вече са очертани.

Освен това, за да може отделните партньори да се активират при необходимост, в зависимост от конкретните действия и инструменти, които ще се използват, е възможно в Управителния комитет да бъдат включени и референтните целеви групи, които са посочени в точка 5 от настоящия документ. По-конкретно, може да се включи представител на всяка целева група, за да се даде възможност за конкретно и последователно изпълнение.

Анекс 2

Списък с материалите за повишаване на осведомеността

ИНФОРМАТИВНИ ЛИСТОВКИ

2 листовки, едната е адресирана към мениджмънта на МСП и другата към служителите на МСП, за да дадат информация какво е Невродивергентност, как е свързана с работното място и ползите за компанията по отношение на иновациите, организацията и ефективността. Инфографиката на листовката е специално изработена и графичната изработка се възлага на подизпълнител.

LINK - Management

LINK - Staff

ДИГИТАЛНИ КАРТИ/ ПОЩЕНСКИ КАРТИЧКИ

кратък абзац в рамките на текста в началото на всяка карта обяснява невродивергентността, а последващият текст се различава в зависимост от конкретната невродивергентност, като например дислексия, аутизъм и т.н.

LINK

ВИДЕОКЛИПОВЕ

3 различни видеоклипа с продължителност 30 секунди и продуцирани от опитен в заснемането на видеа подизпълнител, базирани на скриптове, разработени от партньорите и на примерни ролеви модели или инфографики. Основните цели на видеоклиповете са да информират за невродивергентността, да подчертаят силните страни на хората с обучителни затруднения и да дадат предложения за въвеждане на малки промени в работната среда. Темите на видеата ще са: а) ползи от невродивергентността на работното място, създаване на подкрепяща среда за всички (универсален дизайн), 2) индивидуални нужди и различия на невронетипичните; 3) подпомагане на индивидуалните нужди.

LINK

МОТИВАЦИОННИ ГРАФИЧНИ ИЗОБРАЖЕНИЯ

15 постера/листовки базирани на специфични съобщения, целящи да провокират мениджмънта и служителите на МСП да се държат различно, когато срещат невродивергентност на работното място. Графичното изработване с възлага на подизпълнител.

LINK

НАСОКИ ЗА СРЕЩИ/КОНФЕРЕНЦИИ

консултативен документ, който има за цел да покаже на компаниите как да организират и осигуряват благоприятна невродивергентна среда, особено конференции и срещи, като накратко опишат какво правят в тази насока.

LINK

НАСОКИ ЗА ПРИОБЩАВАЩ ЕЗИК

консултативен документ, предназначен да улесни компаниите в използването на приобщаващи термини и фрази, когато се говори за невронетипични хора по начин, който е уважителен, точен и подкрепящ.

LINK

КОРПОРАТИВЕН PADLET КАТО “ДИГИТАЛНА КУТИЯ ЗА ПРЕДЛОЖЕНИЯ”

олайн Padlet достъпен за служителите на МСП да събират перспективи и мнения за подсилване на невродивергентността чрез политики и мерки за многообразие, равенство и приобщаване, или въпроси/размисли/ индивидуални и общи нужди, свързани с темата невродивергентност.

LINK

Анекс 3

Образец на

предварителното

проучване, целящо

анонимно събиране на

данни за осведомеността

и познанията на МСП за

невродивергентността,

както и за свързаните с нея

съществуващи практики и

възникващи нужди

<https://docs.google.com/document/d/12pJ13AwF2YtLLixFxHGwqv8p6Gs3Kg3B/edit>

Анекс 4

Образец на Призив за действие

https://docs.google.com/document/d/1QkyOkwd_vPO1elcFIIWwGHygWBESYeVc/edit

Riferimenti

- Deloitte, **The six signature traits of Inclusive Leadership**, 2016
- Deloitte Review, **The Diversity and Inclusion revolution**, 2018
- BSR, **Business Leadership for an inclusive economy: a framework for collaboration and impact**, 2015
- Global Compact Network Turkey, **Diversity and Inclusion Guide for Business**, 2020
- Manager Italia, **7 Condizioni per essere leader inclusivi**, 2020
- Singer, J., **Neurodiversity: the birth of an idea**, 2016

