

Uitnodigende houding van bibliotheekmedewerkers

Hoe kunnen we een klimaat creëren waarin inwoners zich uitgenodigd voelen om mee te denken en initiatieven te nemen? Welke houding en welk gedrag van beroepskrachten past hierbij? Deze notitie kan je helpen om jouw eigen houding onder de loep te nemen en tot een houding te komen die inwoners uitnodigt om mee te denken en zelf initiatieven te nemen. Dat is geen sinecure, omdat velen van ons zijn opgeleid als een soort 'expert' die 'verstand' heeft van iets, waarmee al gesuggereerd wordt dat je 'het beter weet' dan een inwoner. Het helpt om te realiseren dat we allemaal onze eigen expertise en ervaringen hebben; wat voor jou werkt, hoeft voor een ander niet te werken. Het kan je daarom helpen om een sparring partner te zoeken die met je meedenkt en jou van feedback voorziet.

Uitnodigend klimaat

- Reuring is besmettelijk. Als je laat zien dat er ook 'andere dingen' gebeuren, nodigt dat uit tot meer activiteiten. Laat zien dat er dingen 'kunnen', laat jezelf zien als er wat te doen is.
- Wat is de boodschap die de bibliotheek naar buiten uitdraagt? Is de boodschap 'tussen de regels' ook uitnodigend?
- Weten bezoekers dat ze bij de bieb terecht kunnen met een idee of een voorstel? En hoe is dat voor mensen die zelden of niet bij de bieb komen? Hoe is het imago van de bieb bij hen?
- Zichtbaarheid. Is er iemand die aanspreekbaar is voor vragen en ideeën?
- Wat is de reactie op een 'slecht' of 'onuitvoerbaar' idee?

Welke vraag stel je?

Vraag je mensen te helpen om een idee uit te voeren omdat je zelf onvoldoende menskracht hebt, of stel je de bibliotheek open voor mensen om hun idee uit te voeren? Beide mogelijkheden kunnen en ook alle varianten daartussen, maar ben je ervan bewust wat je nu eigenlijk beoogt en welke houding en communicatie daarbij past.

Vier rollen

Ivo Nienhuis beschrijft in de publiekversie van zijn proefschrift over zelforganisatie in de buurt (Zie instrument 5.3 *Rapport Het wiel opnieuw uitvinden*), vier mogelijkheden die de beroepskracht ter beschikking staan om burgerinitiatief te stimuleren: faciliteren, ondersteunen, motiveren of niets doen.

- *Faciliteren: ruimte geven*
Als inwoners ideeën hebben en competent zijn om die uit te voeren, is het vaak voldoende om geïnteresseerd en op de hoogte te blijven en zo nodig te faciliteren. Faciliteren kan bestaan uit het beschikbaar stellen van een ruimte of een link leggen met een netwerk, activiteit of dienst.
- *Ondersteunen: helpen zonder het over te nemen.*
Als bewoners graag iets willen realiseren, maar niet alle competenties hebben om dat te doen, past een ondersteunende rol. Ondersteuning kan een bepaalde vorm van deskundigheidsbevordering zijn, als sparring partner optreden, een coachende rol nemen of een makelaarsfunctie vervullen tussen betrokken partijen.

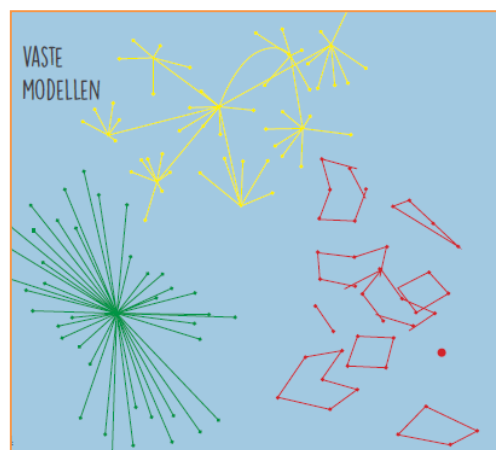
- *Motiveren: boor de energie aan van bewoners.*
Als bewoners wel de competenties hebben, maar nog niet op het idee waren gekomen om 'iets' met elkaar te organiseren, past een motiverende rol. Een bijeenkomst in de wijk kan een start zijn om enthousiasme aan te wakkeren. Het gaat er dus vooral om mensen te prikkelen met hun ideeën te komen of aan het denken te zetten.
- *Niets doen of zelf oppakken*
Niets doen is een goed idee als er geen animo is voor een idee of als het niet van de grond komt. Kennelijk was het idee toch niet zo goed of is het er niet het juiste moment voor. Is het idee essentieel voor de bibliotheek, dan is het beter om het zelf uit te voeren.

Hoofd, hart en handen

We kunnen ook veel leren van Gerlinda Tijhuis, die haar praktijkervaring als gebiedsmanager beschrijft in [Ritselmanagement voor dummies](#). Haar vertrekpunt is om *alleen* dingen te doen die aansluiten bij bewoners. Als gebiedsmanager gooit ze daarom vier dingen overboord:

- Standaard participatievormen.
- Dikke projectplannen.
- Projecten die (met alle goede bedoelingen) bedacht en uitgevoerd worden door professionals.
- Regels en procedures die elk bewonersinitiatief op voorhand al onmogelijk maken.

Grofweg herkent Gerlinda drie type bewoners: de hoofd-, de hart- en de handtypes. Daarnaast zijn er dwars door deze groepen heen mensen met een voorkeur voor een bepaalde overlegvorm (groen, geel of rood). Eigenlijk moet je dus elke keer wanneer je iets wilt in de wijk jezelf afvragen wie je doelgroep is of wie de vrager is en welke combinatie van deze zes knoppen (drie modellen en drie mensentypen) dan de meest passende is. Daar pas je je houding, gedrag en taal op aan en niet te vergeten de participatievorm die je kiest. Als je bijvoorbeeld de doeners wilt aanspreken, kies je niet voor het groene model van één centrale klankbordgroep met de vraag om mee te *denken*, maar zoek je veel meer naar een vorm waarin ze de handen uit de mouwen kunnen steken. Zaak is hierbij dus echt steeds heel bewust na te denken wat je doel is en wie je wilt bereiken. Dat kost tijd, maar levert je enorm veel op.



Model uit *Ritselmanagement voor dummies*

Let op je woorden

Het klinkt heel eenvoudig, maar in onze taal verraden we soms onze eigen ingesleten patronen. We zeggen bijvoorbeeld dat we het eigenaarschap bij de bewoners *leggen*, we vragen mensen om met ons *mee* te denken en nodigen hen uit om hun *ideeën te droppen* in de ideeënbus. In al die gevallen ligt de regie bij degene die aan het woord is. En een ideeënbus? Dat betekent dat *jij* de volgende stap moet zetten.

Je kunt je ook afvragen of het waar is als je concludeert dat de wijkbewoners *niks willen*, omdat ze niet naar je bijeenkomst komen. Er zijn wijken waar een flyer door de brievenbus alleen opvalt op de dag dat er geen reclame verspreid wordt. En ook hier geldt: mensen lopen misschien niet warm voor het initiatief waarvoor ze uitgenodigd worden, maar misschien wel voor iets heel anders.

Bronnen

Nienhuis, Ivo (2015). *Het wiel opnieuw uitvinden*. Arnhem: Spectrum, partner met elan.
Tijhuis, Gerlinda (2015). *Ritselmanagement voor dummies*. Deventer.