De focus vinden

De eerste stap in een waarderend onderzoek is het bepalen van de focus: wat ga je onderzoeken, waar wil je meer van? Dit artikel gaat over het bepalen van de focus bij de Federale Overheidsdienst Werkgelegen-heid, Arbeid en Sociaal Overleg.

Waarderend onderzoek over “interne communicatie”

Tijdens de workshop wordt zowel Nederlands als Frans gesproken, waar nodig zorgen we voor simultaanvertaling.

“Uit een peiling naar de tevredenheid van de medewerkers blijkt dat de interne communicatie niet goed scoort. En daar willen we nu aan werken.” Ik ben heel blij als Jan Vanthuyne (directeur-generaal van de algemene directie werkgelegenheid en arbeidsmarkt) en twee mede-werkers daarmee naar ons toestappen. Want het betekent dat ze bereid zijn om verder in dialoog te gaan, en uit te zoeken wat de medewerkers dan precies willen.

Door met de medewerkers in gesprek te gaan, vermijd je immers dat de managers moeten interpreteren (en gokken) wat ze verkeerd doen. “Mijn baas communiceert onvoldoende” en “ik weet niet wat de andere diensten doen” kan op heel veel verschillende oorzaken wijzen. Dikwijls voelen managers zich persoonlijk aangevallen door dergelijke kritiek, en zien ze niet echt hoe ze het beter kunnen aanpakken. Een waarde-rend onderzoek kan zeker helpen om beter te begrijpen waar het schoentje wringt en om haalbare oplossingen te vinden.

Of over “Betere interne communicatie”?

Creatief materiaal helpt om de droom uit te beelden in collages, een toneeltje, een gedicht,…

De eerste stap is dan om de focus voor het onderzoek te vinden. “Betere interne communicatie” is het evidente antwoord. Maar eerlijk gezegd… wie wordt daar nu blij van? Ik krijg geen energie van het vooruitzicht op “betere interne communicatie”? Het klinkt zo abstract, zo stijf…

“Waar willen we meer van? Waar willen we naartoe met deze organisatie, in welke richting willen we evolueren met deze dienst?” is een goede start-vraag. En de kunst is om niet alleen de ratio, maar ook de passie aan te boren… Het is dus een interessante zoektocht om de juiste woorden te vinden voor de focus, woorden die mensen meteen aan het denken én dromen zetten.

Of willen we “Samen bouwen aan openheid en betrokkenheid”?

Deze week had ik een vergadering met Jan Vanthuyne, Jo Philips (adviseur binnen de Algemene Directie) en Dana De Groote (attaché) om de focus van hun onderzoek te bespreken. Ze hadden er al goed over nagedacht, en we hadden dus een sterke basis om van te vertrekken: “Samen bouwen aan openheid en betrokkenheid”

Medewerkers duiden aan welke projecten voor hen prioritair zijn om vol vertrouwen en goed geïnformeerd samen te werken

Ik voel me hier nog niet door geraakt, en vertel dat ook. Dus zoeken we samen naar eenvoudigere woorden: weg dus van de abstracte '-heid' achtervoegsels, en meer actieve doe-woorden. Een vraag die hen helpt is: "hoe zal je merken dat er meer open en betrokken gewerkt wordt?" Antwoorden zijn onder meer "de dingen kunnen gezegd worden", "er is meer vertrouwen tussen het management en de medewerkers, in beide richtingen" en "mensen hebben ook de nodige informatie en kennis". Dat zijn interessante ingrediënten voor de focus.

"Vol vertrouwen samenwerken met kennis van zaken"

Na wat zoeken komen we uit bij "Vol vertrouwen samenwerken met kennis van zaken". Daar heeft elk van ons meteen beelden bij, het roept allerlei ideeën op, wekt hoop… En dat is een goed teken.

We zijn er vermoedelijk nog niet helemaal. Ik twijfel er niet aan dat deze formulering nog verder verfijnd zal worden als ze wat bezinkt en met anderen in de organisatie getoetst wordt. Dat is prima: Appreciative Inquiry is een proces, een zoektocht. En dat geldt ook voor de focus.

De focus zet de toon voor de rest van het onderzoek. En je kan dus best zoeken naar een focus die de geesten én de harten raakt!

Epiloog

Sedert het schrijven van dit artikel hebben Dana De Groote en Jo Philips het thema ook voorgelegd aan een divers samengestelde designteam. Daar werd de focus nog scherper gesteld: **"Vol vertrouwen en goed geïnformeerd samenwerken"** is de nieuwe titel, waarmee ze volgende week hun summit zullen starten. Zo zie je maar weer: hoe meer betrokkenheid, hoe beter de kwaliteit van het resultaat!

Door Katia Van Belle, november 2010
katia@aiwerkt.be
+32 485 80 40 12