

# Het begeleiden van creatieve sessies.

Tijdens het begeleiden van creatieve sessies voor organisaties grijpen we vaak onbewust terug op de werkvormen die ons het beste liggen. Net zoals je vaak dezelfde weg naar je werk en terug fietst, voel je je daar het meest comfortabel bij. En zeker bij creatieve sessies, waar je op veel facetten tegelijk moet letten, kan de 'bekende route' overzicht bieden.

In dit document bied ik je verscheidene werkvormen aan die je in kan zetten tijdens het begeleiden van creatieve sessies. Ik wil mezelf, en jou, uitdagen om altijd om het hoekje van de variatie te blijven kijken. Om verschillende voertuigen op je route te gebruiken. En je te laten verrassen door de nieuwe inzichten en vergezichten die je onderweg tegen komt.

## **Het doel van een creatieve sessie.**

Elke sessie begint met een korte verkenning tussen de opdrachtgever en de begeleider. Tijdens deze verkenning 'scan' je de onderliggende agenda van de casus, zodat je als begeleider gefaseerd en gelaagd kan werken. Ik ben er van overtuigd dat een opdrachtgever altijd meerdere doelen/belangen heeft om een creatieve sessie te initiëren. De ervaring laat zien dat ze dat niet altijd (of altijd niet) communiceren. Dit is de taak van de begeleider om boven water te krijgen en op een constructieve wijze te verbinden in de sessie. Check tijdens de verkenning welke belangen wel of niet transparant mogen zijn voor de deelnemers. Zo bouw je relatie en vertrouwen op met de opdrachtgever en voorkom je dat je later een catastrofale fout maakt.

## **Verskillende belangen.**

Ik onderscheid in dit document drie soorten doelstellingen waarmee de opdrachtgever komt. Vaak kan ik een doel/belang reduceren naar één van deze drie. Zo heb ik zelf overzicht en weet ik welke lijn ik pakken moet.

Let op – Uiteraard zijn er nog tientallen soorten doelstellingen en belangen te ontdekken. En ben je altijd verantwoordelijk om je eigen overzicht hiervan te maken. Kopieer niet, laat je enkel inspireren.

1. *Het resultaatgerichte doel.* → Dit is vaak super helder. Het is concreet en specifiek geformuleerd. Het heeft veel 'doe-energie' in zich (taak gerichtheid) en er is een helder beeld op het wel of niet halen van het doel.
2. *Het relatiegerichte doel.* → Dit doel wordt zelden hardop gecommuniceerd door een opdrachtgever, omdat het lastig is om er woorden voor te vinden. Daarnaast denken mensen vaak dat dit te 'soft' is, waardoor ze het verzwijgen. Bovendien zijn interventies om aan relatieopbouw in de meeste gevallen 'onder-water-interventies.' Hier bedoel ik mee dat ze niet zichtbaar zijn, terwijl er wel degelijk een bewegend proces aan de gang is. De opdrachtgever kan tijdens een creatieve sessie aan relatie opbouw wil doen met de deelnemers, omdat hij zijn/haar positie wil verstevigen, of de verbinding binnen het team wil versterken. Dit kunnen zowel stakeholders zijn, als directe teamleden. De begeleider van een sessie bespreekt zo'n doel enkel met de opdrachtgever en deelt dit niet specifiek tijdens de sessie.
3. *Het verkennende doel* → Dit doel is exact wat het beschrijft. Het samen komen tijdens de creatieve sessie is enkel om zaken omtrent het thema te verkennen. Om

ideeën, motivaties en inzichten te ontdekken. Deelnemers zitten vooral voor de opdrachtgever in de sessie en als ze er zelf geïnspireerd door willen raken, dan is dat hun eigen verantwoordelijkheid. In die zin is dit soort doel/belang het meest eenkennig in zijn soort. De opdrachtgever is er niet om relaties met de gehele groep op te bouwen (wellicht met individuen daarbinnen, maar let op – dit is niet het hoofddoel). De opdrachtgever neemt mee wat hij/zij mee wil nemen en dat is het voornaamste doel.

### **Werkvormen en procesmiddelen.**

Ik onderscheid een werkvorm van een procesmiddel. Een werkvorm is bijvoorbeeld de *Droomcirkel* (dragon dreaming), *Worldcafe* (art of hosting), *Marshmallow challenge* (wujec). Dit zijn heel concrete, afgebakende manieren om een eerder gesteld doel te behalen. In het geval van de Droomcirkel is dat een tastbaar creatiemanifest (resultaat gericht). In het geval van Worldcafe is het een productproces rondom een thema (verkenkend). De Marshmallow Challenge is erg geschikt voor teambuilding en relatie (relatiegericht).

Een procesmiddel daarentegen is een tool die je inzet om alles soepeler, of via een bepaalde werkwijze te laten verlopen. Zoals je bijvoorbeeld een flesje water, een warme trui en muziek meeneemt als je op reis bent, zo gebruik ik tijdens sessies procesmiddelen die mij en de groep helpen om aan te komen bij het doel. Dit kunnen hele, hele kleine tools zijn. Zo geef ik bijvoorbeeld mensen altijd een eigen noteboekje. Met een pen. Ook al hebben ze zelf al iets meegenomen om in te schrijven, omwille van het gezamenlijk reizen geef ik het ze extra. Daarnaast werk ik altijd met een zandloper om de tijd aan te duiden. Zo is de tijd zichtbaar en collectief. Elke sessie wordt hij anders gebruikt en ik kan nooit voorspellen hoe, maar dat is juist de bedoeling. Je weet natuurlijk van te voren ook niet wanneer je je water op drinkt als je op reis bent. Dat gebeurt in het moment. Zo werkt het met procesmiddelen ook. Het enige dat je als begeleider doet is, het aanbieden. En daarna laat je los en beweeg je mee met het proces.

### **Over verschillende soorten vragen.**

Tijdens het schrijven van dit document kwam ik er achter dat het herkennen van een goede hulpvraag (ook die van professionele opdrachtgevers) een apart werkje is. Het voert te ver om daar nu een hele cursus over te geven, maar drie handige indicatoren voor het herkennen van een goede hulpvraag wil ik hier toch noemen.

1. De hulpvraag bekeken vanuit de oplossingsgerichte communicatie
2. De hulpvraag bekeken vanuit het durftevragenvenster
3. De hulpvraag die generatief is.

Ik houd het beknopt, dus als je meer wilt weten zal je moeten even moeten googlen. Ik zet hier en daar linkjes erbij.

#### *De hulpvraag bekeken vanuit de oplossingsgerichte communicatie.*

Ik ontdekte deze manier van luisteren rond 2006 toen ik met ernstig ontwrichte gezinnen en individuen werkte. Op het moment dat iemand een hulpvraag aan je stelt, ga je – als begeleider van de sessie – in je hoofd na in welke categorie deze hulpvraag ligt.

- A. Een vraag waarbij de vragensteller eigenlijk alleen zijn/haar verhaal kwijt wil?

- B. Een vraag waarbij de vragensteller eigenlijk wil dat jij het voor hem/haar oplost?
- C. Een vraag waarbij de vragensteller werkelijk hulp wil zodat hij/zij zelf aan de slag kan.

Je verwacht vermoedelijk in de meeste gevallen C. aan te treffen, toch loopt het in de praktijk vaak anders. Zodra je herkent in welke categorie de vraag valt, benoem je wat je waarneemt. Daarna zeg je niets. Want, de mens heeft een groot zelfregulerend vermogen en we (althans, ik) gaan er van uit dat iedereen de kans moet hebben zich te herstellen en naar de juiste categorie te bewegen. Willen mensen gewoon graag iets vertellen? Dat kan natuurlijk. Maar, dan is het geen vraag meer. En dat mag benoemd. Willen mensen gewoon graag dat jij het oplost en vind jij dat goed? Prima natuurlijk. Maar, dan is het geen vraag meer, maar een uitbesteding. En dat mag benoemd. Elke situatie is legitiem en prima, zolang het voor beide partijen helder is, wat die situatie is.

*De hulpvraag bekeken vanuit het durftevragenvenster.*

Ik kwam dit model tegen op bladzijde 49 in het 'durftevragen boek' toen ik iets anders zocht en vind het een heel behulpzaam model. Het is afgeleid van het Johari-venster en richt zich, in tegenstelling tot de oplossingsgerichte communicatie, op de vragensteller. Hierdoor wordt van de wijsheid en eigen verantwoordelijkheid van de vragensteller uit gegaan en persoonlijk spreekt me dat erg aan. Beide visies versterken elkaar. In het boek, dat gratis downloadbaar is, kan je hier alles over lezen. (blz. 49 en verder).

<http://durftevragen.nl/boek/>

	<b>Bekend voor jezelf</b>	<b>Onbekend voor jezelf</b>
<b>Bekend voor anderen</b>	<p><b>HELPDESK</b></p> <p>Als je geregeld feedback vraagt en je toegankelijk opstelt voor anderen, maak je het makkelijk voor mensen om met je mee te denken en je te helpen.</p>	<p><b>BOUWTERREIN</b></p> <p>Als je weet wat je wilt en je deelt het met anderen, is de kans het grootst dat anderen input toevoegen waardoor je met elkaar de maximale bouwkracht mobiliseert.</p>
<b>Onbekend voor anderen</b>	<p><b>DE KLUIS</b></p> <p>Hier zitten je geheimen. Ja, daar kan nu niemand bij helpen. Als je geen hulp wilt, moet je dit vooral zo houden.</p>	<p><b>JUNGLE</b></p> <p>Als je nog niet weet wat je wilt en ook niet weet hoe anderen je kunnen helpen, kun je al wel in beweging komen. Bedenk alvast een eerste stap, een eerste vraag.</p>

Je kunt dit model gebruiken om erachter te komen wat het effect is van het delen van jouw wens. Vraag jezelf steeds af in welk vlak jij je eigenlijk bevindt. De meeste meebouwkracht mobiliseer je natuurlijk op het bouwterrein...

*De hulpvraag die generatief is.*

Generatieve vragen zijn vragen die telkens weer opnieuw uitnodigen tot verrassende en inspirerende antwoorden. Eén van de bekendste generatieve vragen is de 'wondervraag' en afkomstig uit de eerder genoemde oplossingsgerichte communicatie: *'Als je morgen wakker wordt en alles is perfect, wat is er dan vannacht veranderd?'*

De vraag is zo geformuleerd dat er geen eenduidig antwoord mogelijk is en specifiek gericht is op het persoonlijk leven van de persoon die antwoord geeft. Hierin onderscheid een generatieve vraag zich van een open vraag. Een erg helder artikel over de impact van 'generative thinking' vind je hier: <http://www.pwc.com/ca/en/research-insights/directorconnect/publications/strengthening-nonprofit-boards.html>

Binnen de methode Dragon Dreaming, in o.a. de werkvorm Droomcirkel, wordt de generatieve vraag als uitgangspunt genomen. Ook durftevragen maakt in de vraagstelling vaak gebruik van een generatieve grondslag. Worldcafe doet dit iets minder, omdat het opgedeeld is in rondes. Een website waar veel waardevolle links te vinden zijn over goedvragen-stellen is de volgende: <http://www.co-intelligence.org/P-Questions.html>

Je vindt hier meer info over o.a. *Appreciative Inquiry, WorldCafe, Dialogues en Strategic Questioning.*

## Werkvormen.

Hieronder volgen een aantal werkvormen die bruikbaar zijn bij het begeleiden van eenmalige creatieve sessies. De procesmiddelen, zoals eerder genoemd, zijn er in verweven. Bij de Open Space Technology en Karluggur Gesprekken spelen procesmiddelen een grotere rol dan de werkvorm, dus vind je die daar uitgelegd. Er is nog veel (veel) meer te gebruiken dan hier beschreven staat. Dit is een kleine opsomming van vormen waar ikzelf vaak mee werk en die goed zijn voor eenmalige sessies. Een ervaren begeleider zal altijd verschillende werkvormen gebruiken om de context meer waarde te geven.

- Droomcirkel. (uit 'Dragon Dreaming')
- Worldcafe.
- Marshmallow Challenge.
- Plan Canvas.
- Durftevragen.
- Disney kamers.
- Karluggur Gesprekken. (procesmiddelen)
- Open Space Technology. (procesmiddelen)

## Droomcirkel

De werkvorm 'droomcirkel' komt uit de project design methodiek 'Dragon Dreaming', en wordt gebruikt tijdens de eerste fase van het project. De essentie van de droomcirkel is om de individuele droom van de initiatiefnemer te integreren met de dromen van het team. Op deze manier ontstaat er een collectieve droom, die wordt vastgelegd in een creatief manifest. Het ontstaat, met gebruik van collectieve energie en vraagt om precieze begeleiding.

### Vorbereiding:

- Bespreek met de opdrachtgever de doelstelling van de sessie.
- Overleg over het belang van collectief geschreven document waarin de wensen (van stakeholders/teamleden/deelnemers) vastgelegd is als ideaal uitgangspunt naar de uitvoering toe. Deze werkvorm werkt vooral goed als je een verkennend belang herkent in de vraag van de opdrachtgever.
- Zorg dat je de 'hoe werkt het?' goed door gelezen hebt. Bij *dragon dreaming* werkvormen spelen non-dualistische processen een grote rol.

### Materiaal:

- Een facilitator/notulist om de dromen te noteren.
- Papier
- Pen
- Talking stone/stick.
- Tijdsbad. Je kan er ook voor kiezen om geen tijdsbad in te zetten en te wachten tot er geen dromen meer toe te voegen zijn - dat kan echter weken duren. Zelf gebruik ik een zandloper van een kwartier die ik een aantal keer omdraai, naar dat wat ik waarneem in de groep.

### Vorbereiding om tot een generatieve vraag te komen:

Als je onervaren bent, of er een uitgebreid project van start gaat, is het handig om de individuele droom van de initiatiefnemer alvast te kennen. Het is niet noodzakelijk, maar geeft je wel meer tijd om in te tunen op de juiste vraag. Er zijn verschillende mogelijkheden om tot het stellen van de juiste generatieve vraag te komen. Zelf gebruik ik een aantal variaties waarbinnen ik ruimte heb voor specifieke thema's en onderwerpen.

Algemene voorbeelden zijn: 'Wat moet er gebeuren waardoor jij achteraf zegt 'Wow, wat geweldig dat ik deel uit maakte van dit project!''? Of 'Hoe moet dit project er uit zien waardoor jij achteraf zegt 'Dit was de beste manier was waarop ik mijn tijd kon besteden!''?

### Uitgangspunten:

- De enige persoon die dromen herformuleert is de begeleider (!)
- Elke droom is welkom in de droomcirkel. Alles is toegestaan.
- Tegenstrijdigheden kunnen bestaan tijdens het formuleren van de collectieve droom. In een droom kan immers alles.
- Iedere deelnemer voegt één droom per ronde toe.
- Als een deelnemer de woorden even niet vindt, is de facilitator de enige persoon die vragen stelt om tot helderheid te komen.
- De enige persoon die spreekt is de persoon met de talking stone/stick.

- Als een deelnemer een ronde niets heeft toe te voegen, dan geeft hij/zij de talking stone door zonder te spreken.
- Vertel de deelnemers dat ze zo concreet mogelijk wensen. Ook is het behulpzaam om in positieve woorden te spreken.

#### Hoe werkt het?

1. De deelnemers en facilitator zitten in een kring. Met in het midden de karlupgur [het rituele centrum van de groep/het vuur]. De facilitator heeft papier, pen, pinakarri bel en de talking stick/stone.
2. De facilitator stelt de generatieve vraag. Let op hoe de vraag resoneert in de groep.
3. De deelnemer naast de facilitator krijgt als eerste de talking stick/stone in handen en voegt één persoonlijk antwoord toe. Daarna wordt de talking stone door gegeven.
4. De facilitator schrijft alle dromen die genoemd worden in steekwoorden op het papier. Wees niet te uitgebreid, maar ook niet te kort waardoor je het later vergeet.
5. Aan het einde van de gekozen rondes/tijd leest de facilitator alle antwoorden op in de voltooid verleden tijd. Gebruik daarbij charismatische communicatie, en start met 'Als het project gelukt is, dan...' Op deze manier klinkt het alsof de dromen al uitgekomen zijn. De losse dromen zijn nu gebundeld tot één collectieve droom.
6. De droom kan worden uitgetekend, getekend, geschilderd, gefotografeerd etc.
7. De droom is eigenaar van de groep of opdrachtgever en wordt gedurende het hele creatieproces als inspiratiedocument gebruikt. Zodat er terug gekeerd kan worden naar de basis.

## Worldcafe.

Worldcafe is een werkvorm waarbij twee essentiële zaken binnen de procesontwikkeling goed gecombineerd worden: Namelijk het opbrengstgericht werken en het gebruik maken van collectieve energie en intelligentie. Worldcafe doet dit optimaal. *'Kill your darlings'* is een essentieel uitgangspunt waar deelnemers mee geconfronteerd worden tijdens verschillende vragenrondes. Een belangrijk punt tijdens het proces.

Vorbereiding:

- Gesprek met opdrachtgever over opbrengst.
- Destilleren van de vier vragen.

Materiaal:

- Stiften.
- Flipovervellen.

### Hoe werkt het?

1. De inbrenger deelt zijn casus en uitdaging. De begeleider heeft hier al een aantal vragen uit gedestilleerd die als geheel leiden naar een concreet stappen plan.
2. De begeleider introduceert de vragen. We gaan in dit voorbeeld uit van vier vragenrondes van elk een kwartier.
3. De vragen zijn opgebouwd volgens een logisch verloop. Eerst introducerend en probleemverkennd. Dan specifiek makend. Daarna oplossingsgericht. Tot slot concreet. Ik kies vaak uit *'Wat moet er als eerste gebeuren waardoor dit idee 100% uitkomt?'* of *'Wat ga jij morgen doen om deze oplossing 100% waar te maken?'*
4. Elke ronde duurt ongeveer een kwartier.
5. Elke tafel heeft een tafeldame/heer. Deze mensen blijven elke ronde op dezelfde plaats zitten, terwijl de anderen na een ronde verplaatsen naar een andere tafel. De tafeldame/heer geeft aan het begin van elke nieuwe ronde een korte samenvatting adhv de opbrengst op de flipover.
6. Aan het begin van elke ronde wordt 1 item gekozen dat ter sprake kwam in de vorige ronde, aan de specifieke tafel (!). De deelnemer laat dus de vorige tafel los (let op. Aandachtspunt voor ego's!) en gaat met open vizier verder met het idee dat bij de nieuwe tafel omhoog kwam.
7. Na de laatste ronde is er een plenaire samenvatting waarbij alle opbrengsten en uitgewerkte ideeën gedeeld worden.
8. Je kan, als begeleider, er voor kiezen om een kort netwerkmoment in te lassen. Ik doe dit graag als ik voel dat mensen het contact dat ze net gelegd hebben willen bestendigen. Als de gelegenheid zich voordoet is een borrel/drankje een fijne afsluiting.

### Procesmiddelen.

Op elke tafel staat een zandloper van een kwartier waardoor de tijd zichtbaar is voor elke deelnemer. Dit maakt elke deelnemer verantwoordelijk voor de tijd = collectieve energie. Op elke tafel ligt een flipovervel/papieren tafelkleed. Als het kleed helemaal vol is, wordt het verwisseld voor een nieuwe. Op elke tafel liggen gekleurde stiften en zwarte markers. Ik neem altijd veel kleur, zodat het levendig wordt.

## Marshmallow Challenge

De MC is uitermate geschikt om processen helder te maken en teambuilding te creëren. Hij is simpel en effectief. En biedt een uitstekende reflectie voor alle deelnemers, terwijl het niet benoemd hoeft te worden. Ik gebruik de MC vaak als ik met een groep in een langer traject zit, waarbij ik zelf ook inzicht in wil in het dynamisch proces. Bij kortere sessies is het erg bruikbaar als 'opstapje' of 'aanzet' naar een inspiratiesessie. Deelnemers komen in een ander stukje van hun brein terecht, leren elkaar op een andere manier kennen en bedenken daardoor ook andere associaties als ze daarna gaan brainstormen.

Duur: inclusief uitleg en reflectie 30 min.

Vorbereiding:

- Bekijk de TED van Wujec over de MC.  
[http://www.ted.com/talks/tom\\_wujec\\_build\\_a\\_tower](http://www.ted.com/talks/tom_wujec_build_a_tower)
- Bedenk helder wat je uit de MC wilt halen. Ik gebruik het voor veel verschillende doelstellingen. Als je een werkvorm goed kent, is het meestal interdisciplinair.
- Kies van te voren of je de deelnemers de 'oh oh' versus 'tadaa' werkwijze meegeeft. Ik gebruik in lange trajecten vaak inzichten-met-voorbedachte-rade, omdat ik dan wil dat de groep sneller in een reflectief bewustzijn terecht komt, terwijl ze tegelijkertijd deelnemer zijn. Hiermee creëer je een optimale leercurve. Dient de MC meer als opwarmer/ijsbreker, dan laat ik het.

Materiaal:

- Ongekookte spaghetti
- Touw
- Schaar (of makkelijk breekbaar touw)
- Tape
- 1 marshmallow

Hoe werkt het?

1. Maak kleine groepen. Liever meerdere van drie, dan eentje van zes. Wujec geeft vier aan, maar oneven getallen werken beter in groepen.
2. Geef de opdracht: Maak in 18 minuten een, zo hoog mogelijk bouwwerk, van spaghetti, tape en touw. De marshmallow komt bovenop de top. (Note. Ik gebruik altijd 15 minuten omdat ik een erg mooie zandloper van 15 minuten heb. Voor het rechterbrein is 18 minuten beter, maar 15 kan ook).
3. Reflecteer met de groep de collectief (!) opgedane ontdekkingen. Laat de groep zelf met reflectievragen komen en faciliteer hierbij de dialoog en inzichten die ontstaan.



## Plan Canvas

Plan Canvas staat bekend als business model, maar is daarnaast uitermate geschikt als inspiratie document in de fase die komt na het verkennen van een wens. Een PC geeft overzicht en biedt structuur (letterlijk) aan alles dat gedaan dient te worden om het doel te bereiken. Als ik groepen begeleid waarbij de verkennende fase troebel blijft, gebruik ik soms een PC waarbij ik het introduceer als 'bouwstenen' voor het muurtje van het huis dat we aan het bouwen zijn. De vormgeving van het PC is zo opgebouwd dat het oogt als een muurtje (voor de mensen met fantasie ;)).

Duur: 30 – 90 minuten. Hangt af van de intensiteit waarmee je de onderdelen introduceert.

Vorbereiding:

- Printvel:  
[http://www.businessmodelgeneration.com/downloads/business\\_model\\_canvas\\_poster.pdf](http://www.businessmodelgeneration.com/downloads/business_model_canvas_poster.pdf)
- Ken je PC niet? Lees dan eerst dit:  
<https://www.ikgastarten.nl/ondernemingsplan/ondernemingsplan-voorbeelden/de-9-bouwstenen-van-het-business-model-canvas>
- Stem af met de opdrachtgever. Veel commerciële organisaties kennen PC als een businessmodel. Als je het gebruikt tijdens een creatieve resultaatgerichte sessie, zal je het idioom in de breinen van zowel opdrachtgever als stakeholders/teamleden moeten vervangen. Niet onmogelijk, wel een aandachtspunt.

Materiaal:

- Flipovervellen
- Merk en kleur stiften
- Postits
- Zandloper van een kwartier.

Hoe werkt het?

1. Je introduceert het PC en legt uit op welke manier het gebruikt gaat worden.
2. De opdrachtgever start met een inspirerend verhaal over zijn wens met de brug naar het hands-on resultaat. De begeleider en deelnemers stellen verdiepende vragen.
3. Daarna wordt de groep opgedeeld in twee a drietallen. Zij vullen per groep het PC in. Dit zijn negen segmenten, echter in deze werkvorm laten we het geldstuk en de partners achterwege. Dus blijven er zeven over.
4. Elke groep gaat aan de slag met een voorbereekt vel, zodat er sneller gewerkt wordt. Daarnaast is er een tijdsframe om de beide hersenhelften beter met elkaar te laten werken.
5. Na ongeveer 30 min. komen de groepen samen en presenteren kort, binnen 2 minuten hun PC. De opdrachtgever luistert en ontvangt.
6. Is er tijd over, dan kan er gekozen worden om de meerdere PC's te bundelen tot één of (en dit is mijn persoonlijke favoriet) één segment te kiezen en dat uit te werken met concrete to-do's.
7. Eventueel kan er bij een lange sessie van een paar uur, na dit onderdeel een verbinding gemaakt worden met durftvragen om het netwerk in te vullen.

## Durftevrage

De durftevrage methodiek is ontwikkeld door Nils Roemen e.a. Het is een werkvorm die op zeer effectieve en concrete wijze kansen en mogelijkheden rondom een vraagstuk inventariseert. Belangrijk hierbij is de vraagstelling bij de start van de werkvorm. Verre weg de meeste tijd gaat zitten in het stellen van een goede, generatieve vraag, die uitnodigt tot associëren. Durftevrage vindt plenair plaats en is erg concreet. Ik gebruik het zelf vaak als ik in sessies de schakel van *dromen* naar *denken* tastbaar wil maken. Deelnemers worden, door de krachtige vraagstelling, in een trechter gebracht en 'gedwongen' om antwoorden vanuit een handelingsperspectief te bieden.

Vorbereiding:

- Check <http://durftevrage.nl/boek/>
- Bespreek met de opdrachtgever de doel van de creatieve sessie. Waar ligt de focus? Moet er een resultaat uitkomen, wil men community bouwen of enkel verkennend aan de slag.
- Let op - durftevrage genereert een grote opbrengst, maar ook veel vervolgwerk voor de opdrachtgever. Het is een goede werkvorm waarmee ideeën verzameld en netwerken in kaart worden gebracht.

Materiaal:

- Flipover
- Stiften en pennen
- Postits

Hoe werkt het?

In plaats van hier een stappenplan te beschrijven over hoe durftevrage in zijn werk gaat, verwijs ik je naar het boek. <http://durftevrage.nl/boek/>

In hoofdstuk 5 (blz. 69 – 78) lees je alles over de werkvorm en het gebruik er van. Wil je er goed mee werken en beslagen ten ijs komen, dan adviseer ik je om een openbare sessie te bezoeken of contact te zoeken met het durftevrage team. Zij zijn experts in deze maakmaterie.

## Disney Kamers

De Disney Method, ontwikkeld door Dilts, is een werkvorm waarbij de deelnemers vier verschillende denk strategieën moeten verbinden om tot een zo compleet mogelijk plaatje van de oplossing te komen. Disney schijnt ooit gezegd te hebben dat er drie Walts zijn: *The Dreamer*, *the Realist* en *the Spoiler*. Hier is deze werkvorm op gebaseerd. Hij heeft veel parallellen met de stoelen uit de Gestalt, maar dat terzijde.

De deelnemers verbinden zo gezegd verschillende denk strategieën. Dit doen ze als team, waar voor mij ook meteen de meerwaarde van de werkvorm in zit. De denk strategieën zijn daarbij te koppelen aan type mensen (de buitenstaander, de dromer, de realist en de criticus). Deze differentiatie van denken maakt de werkvorm meteen ook complex, maar hij is erg leuk om te doen!

Duur: 60 – 90 minuten.

Vorbereiding:

- Locatie! Je kan deze werkvorm in één ruimte doen en deelnemers mee nemen in de beleving, maar leuker is het om fysiek te kunnen bewegen door verschillende ruimtes heen. Kijk van te voren of dit mogelijk is op de locatie.
- Stem met de opdrachtgever de doelstelling van de casus af. Deze werkvorm is vooral geschikt als de opdrachtgever al een stelling heeft en het voor wil leggen aan een groep. Denk aan verkennende en relatiegerichte doelstellingen, doordat het verschillende blikvelden van een situatie laat zien.
- Bekijk dit filmpje, dan weet je waar je aan begint: (9 min.)  
<https://www.youtube.com/watch?v=hE2fZYTdlqA>

Materiaal:

- Vier ruimtes.
- Flipovervellen
- Stiften en pennen.
- Zandloper van een kwartier.

Denkkaders:

- *De Buitenstaander*. Kijkt naar *facts en figures*. Welke data hebben we? Welke feiten weten we? Wat ontbreekt? De groep als Buitenstaander kijkt naar de casus als klant en iemand vanaf de zijlijn.
- *De Dromer*. Kijkt naar de casus als mooiste idee op aarde. Brainstormend. Zonder oordeel. Stelt zichzelf de vraag 'Wat als..?' droomt verder en beschouwt de casus en het concept als een onuitputtelijke bron van waaruit gewerkt kan worden.
- *De Realist*. Kijkt naar het plan. Naar de strategie en de acties die genomen moeten worden om deze casus waar te maken. Netwerken worden gedeeld, to-do's worden bedacht.
- *De Criticus*. Kijkt naar het 'Ja, maar' verhaal. Vanuit een constructief oogpunt. Niet cynisch, maar opbouwend en helder kijkend naar de risico's van het plan. Wat zou er verkeerd kunnen gaan en welke zaken wensen oplettendheid.

## Hoe werkt het?

1. De opdrachtgever vertelt over zijn/haar idee en opzet. De begeleider stelt (let op!) als enige verdiepende vragen zodat het verhaal helder is. Dit wordt als een interview gedeeld met de deelnemers die op dat moment toeschouwers zijn.
2. Vervolgens mogen de deelnemers vragen stellen. Echter, dit zijn enkel vragen om de concrete situatie te verhelderen. Het mogen geen vragen zijn over het waarom van keuzes, maar gaat enkel over de uitleg van het concept.
3. Dan verplaatst de groep zich naar een andere ruimte. De plek waar de 'buitenstaanders' (of 'outsiders' of 'spectators') leven. De begeleiders introduceert de buitenstaanders, waarna de groep vrij associëren gaat met dit denkkader als uitgangspunt. Alles dat in ze opkomt wordt gedeeld. Er kan gekozen worden dit op papier te laten zetten of plenair. Dit ligt aan de groep en locatie.
4. Dan verplaatst de groep zich naar de ruimte van de 'Dromers'. Nu bekijken ze, als collectief, dezelfde casus vanuit een 'wat als' principe. De verwerking gebeurt hetzelfde als bij de vorige kamer. Divergent denken vindt hier plaats.
5. Daarna volgt de ruimte met de Realisten. Hier maken we de schakel naar het convergent denken. Nu kijkt de hele groep naar de casus vanuit het oogpunt van de Realist. In het origineel van Bilts wordt hier ook een plan de campagne gemaakt. Ik sla dit persoonlijk over, omdat ik dat te diep op de fase vind in gaan. Ik blijf in de inventarisatie sfeer.
6. Tot slot gaat de groep naar de ruimte van de Criticus. Hier wordt kritisch gekeken naar de casus en het 'Ja, maar' verhaal. Dit gebeurt met veel respect en opbouwend, want ook de criticus wil graag dat het idee slagen gaat. Alle feedback punten genoteerd of gedeeld met de casushouder.
7. In het origineel kan je nu met de groep weer terug gaan naar de Realisten, met de nieuwe informatie van de Criticus. De Realisten kijken er naar met een realistische blik en bieden nieuw perspectief. Waarna de sessie afgesloten wordt en de concrete acties uitgevoerd kunnen worden.

## Karlupgur Gesprekken

Na een flink aantal debatten met mezelf kwam ik tot de conclusie dat ik niet anders kon dan dit woord te kiezen. Kring Gesprekken. Er zijn de afgelopen jaren zo ontzettend veel variaties gekomen in het simpele principe van een 'kring gesprek', dat je bijna zou denken dat het een vernuftig, innovatief, vernieuwend ding is. Maar dat is het niet. Het is ouder dan de weg van Rome en bekend bij elke generatie mens. Je zit in een rondje. En je luistert. Terwijl er iemand anders vertelt. Dit wissel je af. En zo groei je samen. Aan inzicht en wijsheid. Dat is het. Ingewikkelder is het niet.

Toch schijnt dit begeleidt te moeten worden bij complexe vraagstukken, waar ik me dan weer wel iets bij voor kan stellen. Soms raakt een thema je zo, dat ruisloos luisteren een lastige handeling wordt. Dan is een begeleider, die het spelregels in de gaten houdt, een uitkomst. Dit kan variëren van de simpele ziel die zegt 'Ja hoor, ik kom wel even helpen' tot de dialoogbegeleider die er bijzondere variaties en interventies bij pakt om tot nieuwe invalshoeken te komen. Beiden zijn waardevol. Beiden zijn nodig.

### *Karlupgur.*

De Karlupgur is het Aboriginal woord voor het vuur in het midden van de kring. De plek waar verhalen verteld worden. Het wordt gebruikt binnen de methode Dragon Dreaming, waar alles vanuit de cirkel gebeurt. Vandaar de woordkeuze. Bovendien zijn kampvuurtjes fijn.

### *Verskillende interventies die bij gespreksvoering en dialogen een rol kunnen spelen.*

In plaats van nu een boekwerk te schrijven over dialogische werkvormen en gesprekstechnieken, raad ik je aan een kijkje te nemen op de volgende websites en daar je lering uit te trekken, mocht je nieuwsgierig zijn naar werkvormen en procesmiddelen die handzaam zijn in dit spectrum.

- Sociocratie: Hollands product dat geïntroduceerd werd door Kees Boeke (onderwijs) en later (jaren 70) door Endenburg in het bedrijfsleven werd vertaald. <http://www.sociocratie.nl/home/wat-is-de-sociocratische-methode/>
- Art of Hosting: Een verzamelnaam en –platform dat kenbaar is door een gedeelde visie met verscheidene werkvormen. <http://www.artofhosting.org/>
- Holacratie: Gebaseerd op sociocratie. Echter specifiek gemaakt voor organisaties, verbonden aan agile en commerciële neergezet (ja, dat mag gezegd) <https://nl.wikipedia.org/wiki/Holacratie>
- Appreciative Inquiry: Een denkwijze waarbij veel tools en werkvormen voor handen zijn om groepen organisch naar een volgend level te brengen. <http://www.appreciative-inquiry.nl/>

## Open Space Technology

Open Space werken houdt ruwweg in dat er geen kaders en structuren bestaan. Enkel vier principes en één wet. Van hieruit creëert de ruimte zich vanzelf. Ik heb een aantal keer (in het buitenland) Open Space meegemaakt met grote groepen van circa 200 mensen en het zelf gebruikt toen ik in Nepal een conferentie co-hoste. De werkvorm vind ik, mits helder en goed uitgevoerd, erg prettig werken. Wat je er mee kan tijdens het begeleiden van een creatieve sessie zijn, mijn inzien, met name de vier principes en de wet. Het is eerder een begeleidingsstijl, dan een strikte werkvorm. Daarom leg ik hier kort uit hoe het in zijn werk gaat en deel enkel de uitgangspunten.

### Hoe werkt het?

In de meeste gevallen hangt er een groot, leeg, wit vel papier op een nog groter bord. Daarop kan je de timetables zien en de beschikbare ruimtes voor sessies. Mensen die deelnemen aan de conferentie, zijn tevens aanbieder en mogen in een afgesproken periode hun workshops, lezingen of cursussen aanbieden op het lege witte bord. Je kiest een timeframe en ruimte en plakt daar simpelweg je postit met je aanbod. Daarna volgt er een ronde waarbij iedereen kijkt wat hem of haar aanspreekt. Sommige dingen die niet zo populair zijn worden weer weggehaald en er ontstaan nieuwe ideeën. Alles mag. De community maakt gezamenlijk de inhoud.

Om de begeleidingsstijlen en uitgangspunten goed te begrijpen, verwijs ik je naar de website. Deze is in het Engels, wat sowieso al beter klinkt.

<http://openspaceworld.org/wp2/explore/open-space-key-concepts/>

### *De vier principes*

1. Iedereen die deelneemt is de juiste persoon.
2. Alles dat gebeurt is dat wat er moet gebeuren op dat moment.
3. Het start wanneer het begint.
4. Als het voorbij is, dan is het voorbij.

### *De wet van de twee voeten.*

Als je je in een situatie bevindt waar je niet langer leert of iets bijdraagt, beweeg dan je voeten om op een plek te komen waar je dat wel doet.