

De klopgeest

Ineke Duit¹



Neem zelf maar eens de proef op de som. Klop in een gezelschap een overbekende melodie op het tafelblad en onderzoek hoeveel mensen het lied herkennen. Verbluffend weinig! Zelfs als het gaat om ons volkslied of bijvoorbeeld een wereldwijd bekend kerstnummer. Voor zowel de klopper als de luisteraars is dit onbegrijpelijk. De verklaring is echter simpel. De luisteraar hoort alleen maar het ritme; de klopper hoort daarnaast in zijn hoofd tegelijkertijd ook de melodie en de teksten. Voor de melodieklopper is het daardoor bijna niet voor te stellen, dat de luisteraars het lied niet herkennen. Maar dit komt dus voort uit zijn kennisvoorsprong, waardoor het voor hem bijna niet meer mogelijk is om zich in de positie van de luisteraar te verplaatsen.

DE WAARDE VAN INZICHT

Wat inzicht met iemand doet kan niet doeltreffender worden getypeerd dan met het citaat van O.W. Holmes: 'A mind once stretched by a new idea never regains its original dimensions'. Voor bestuurders ligt de uitdaging nu juist erin om met behulp van hun door kennis en inzichten gevoede geest toch aansluiting te behouden bij de leefwereld van hun leden en om hen mee te nemen in de organisatieontwikkelingen.

COMMUNICATIE-OFFENSIEF

Verwijdering tussen leiding en leden ligt vanwege de kennisvoorsprong van bestuurders op het gebied van markt- en organisatieontwikkelingen voortdurend op de loer. Coöperaties putten zich daarom doorgaans uit in een intensief communicatietraject met hun leden. Met het groter worden van de coöperaties en bovendien de mogelijkheden van moderne communicatiemiddelen als sms en email wordt uit doelmatigheidsoverwegingen meer en meer de toevlucht genomen tot schriftelijke communicatie. Maar pas op. Want de media zijn inderdaad snel en hebben een potentieel groot

bereik. Echter, de kans op misverstanden neemt meer dan evenredig toe. Niet verwonderlijk. Want schriftelijke informatie is te vergelijken met het kloppen van de melodie. De schrijver hoort als het ware in zijn hoofd de intonatie bij de geschreven teksten; de lezer echter niet.

VITAMINE A

Niets kan op tegen persoonlijk contact. Maar... dat kost tijd, veel tijd. Oordeel zelf. Welke bestuurders zijn het meest geliefd en effectief?! Diegenen die zich de moeite getroosten om hun leden c.q. bestuurlijk kader persoonlijk te kennen en met hen in gesprek te gaan. Let maar eens op met hoeveel ontzag en respect wordt gesproken over bestuurders die hun leden bij naam kennen en aldus een uitstraling van toegankelijkheid opbouwen.

Wellicht is dit in essentie ook het handelsmerk van personen die verbindende kwaliteiten worden toegedicht. Het gaat uiteindelijk namelijk om aandacht, ook wel eens aangeduid met vitamine A. Wanneer aandacht de boventoon voert, is het niet eens zo belangrijk of personen het met elkaar eens zijn.

In tijden van onrust komt het aan op deze twee principes. De eerste is inleven in de zorgen van de ander(en) en tegelijkertijd bewust te zijn van het kennisverschil. De tweede is persoonlijke aandacht.

Wie deze wetten trotseert, geeft in tijden van onzekerheid ruim baan aan diegenen die in elk geval weten in te spelen op de zorgen die er leven en ze weten aan te wakkeren door ze serieus te nemen – misschien zelfs zonder een oplossing aan te reiken. De klopgeest blijft eenzaam en vertwijfeld achter. ■

Voetnoot

¹ Drs.ing. Ineke Duit is directeur van NICE opleiding & bestuurlijke raadgeving