

Suggesties organisatie en werving CURSUS 'INTERRELIGIEUZE GESPREKSTECHNIEKEN'

Contactpersoon / onderzoeker:

Faculteit der Religiewetenschappen, Radboud Universiteit Nijmegen

Mijke Jetten, m.jetten@rs.ru.nl, 024-3615881 (werk) / 06-18293331 (privé)

A. Uitgangspunten

1. *Doelgroep*: zij die zichzelf beschouwen als moslim of christen, of die affiniteit hebben met de islam en / of het christendom.
Wees niet te streng: het is voldoende dat deelnemers zelf denken zich thuis te voelen in de cursus. Benadruk dat de cursus inhoudelijk over islam en christendom gaat. Deelnemers gaan vanuit hun persoonlijke geloofsbeleving het gesprek met een andersgelovige aan.
2. *Groepsgrootte*: 10 – 14 deelnemers.
Werk eventueel met een reservelijst. De kans bestaat dat deelnemers zich op het laatste moment toch nog afmelden (niets menselijker dan dat).
3. *Groepssamenstelling*: 50% moslims, 50% christenen. Vrouwengroepen: 100% vrouwen. Gemengde groepen: 50% mannen, 50% vrouwen.
Dit is een ideaalplaatje: probeer dit te bereiken zonder te forceren. Het geeft niet als de verhoudingen iets scheef liggen. Als het niet lukt, lukt het niet: accepteer dan de toevallige samenstelling.
Wat leeftijden betreft: de ervaring in de try-out is dat spontane werving veelal 50+ (vrouwelijke) christenen oplevert en 40- (mannelijke en vrouwelijke) moslims. Richt je op de doelgroep van je eigen voorkeur: jongeren, gemengde leeftijden, verschillende generaties etc.
4. *Commitment*: 100%, 6 bijeenkomsten
Ook dit is een ideaalplaatje, maar probeer deelnemers zich ervan bewust te maken dat ze voor de volle 100% voor de cursus gaan. Dat betekent: de intentie hebben alle avonden aanwezig te zijn en de lesstof voorafgaande aan de bijeenkomst door te lezen (10 A4). Dit commitment is belangrijk voor het creëren van een groepsgevoel, als basis voor veiligheid en vertrouwen.
5. *What's in it for them*
 - 1) methodiek om het interreligieuze gesprek met een andersgelovige aan te gaan.
 - 2) inhoudelijke geloofsverdieping: zelfontwikkeling en respect voor de ander
 - 3) interreligieuze ontmoetingen: verdiepende contacten met andere deelnemers

B. Planning

1. *Begin op tijd*
Begin zo vroeg mogelijk met (voorbereiding op) de werving. Realiseer je dat daarvoor een aantal praktische zaken rond moeten zijn: begeleiders, cursusdata én tijdstippen, en de locatie. Vermeld deze in de (standaard)folder.
2. *Maak een planning*
Activiteitenplanning: wat moet er aan activiteiten worden gedaan? Zet deze op papier en wees zo specifiek mogelijk. Betrek ook je collega-begeleider erbij en maak een taakverdeling. Bijvoorbeeld: zoeken collega-begeleiders, afspreken data en tijdstippen, afspraken locatie; waar flyeren, wie mailen, wie bellen etc.
Tijdsplanning: wanneer ga je deze activiteiten doen? Vermeld dit in je planning.
Bijvoorbeeld: deadline organisatorische activiteiten, deadline eerste ronde werving, deadline tweede ronde werving, deadline aanmelding

3. *Uitspreken verwachtingen*
Wees zo helder mogelijk over je verwachtingen. Formuleer deze naar jezelf en naar anderen toe. Voorkom misverstanden: 'ik dacht dat jij dat zou doen'. Spreek uit wat je als jouw taken beschouwt en wat je van je collega-begeleider verwacht. Spreek ook uit wat je aan ondersteuning vanuit de Radboud Universiteit (Mijke Jetten) verwacht: waarin zou je ondersteund willen worden?
4. *Terugkoppeling*
Koppel geregeld terug over de stand van zaken: naar je collega-begeleider en naar de Radboud Universiteit Nijmegen (Mijke Jetten). Waar sta je in je tijdsplanning, wat is al geregeld etc.? Deze terugkoppeling geldt ook voor gemaakte onkosten (reiskosten, huur cursuslocatie, kopieerkosten etc.) (bewaars bonnetjes!).
5. *Folder*
Maak een heldere folder. Daarvoor kun je gebruik maken van de geleverde standaardfolder. Deze dien je wel aan te passen: data en tijdstippen, locatie, begeleiders etc. Met wat plak- en knipwerk kun je twee folders op 1 A4 krijgen, die je vervolgens doormidden snijdt of knipt (A5). Je kunt de folder ook printen als poster (A4 of A3). Gekleurd papier trekt de aandacht. Denk ook aan duidelijkheid omtrent de aanmelding. Probeer dit bij één van de begeleiders neer te leggen. Vermeld een naam, emailadres én telefoonnummer voor meer informatie. Je kunt verwijzen naar de projectwebsite (www.nieuwegen.nl), maar laat dan wel weten welke extra informatie je op deze website verwacht (via Mijke Jetten). Mocht je via de mail willen gaan werven, dan kan dat het beste door een 'spannend' stukje uit de folder in een mail te zetten en de folder als bijlage door te sturen. Vermeld duidelijk je contactgegevens, mocht de bijlage niet goed doorkomen.
6. *Deadline werving*
Ga voor jezelf na of je wilt werken met een externe deadline: moeten deelnemers zich voor een bepaalde datum aanmelden?
Voordeel: kan deelnemers sneller over de lijn trekken: 'stel dat het vol is'.
Nadeel: kan deelnemers ook afstoten: 'de datum is al voorbij dus het zal wel vol zijn'.
Of stel je deze deadline alleen intern: als steuntje voor jezelf om te beslissen of er nog extra werving nodig is?
Voordeel: ook laatkomers kunnen zich nog aanmelden (maar niet té laat, vanwege metingen – zie hieronder).
Nadeel: mensen wachten met aanmelding omdat 'er toch geen deadline is'.
Je kunt een deadline ook stellen door een maximaal aantal deelnemers te noemen: 'Let op: er kunnen slechts ... mensen deelnemen. Vol is vol.'
7. *Bevestiging deelname*
Zorg dat deelnemers per ommegaande een heldere bevestiging van hun aanmelding krijgen. Doe dit bij voorkeur via de e-mail: dat maakt snelle communicatie mogelijk. Je kunt hiervoor gebruik maken van de standaardbevestigingsmail. Noem nogmaals data, tijdstippen en de locatie (eventueel: bereikbaarheid openbaar vervoer).
Vraag deelnemers om een reactie: leeftijd, naam, adres, e-mail en telefoonnummer. Én: bevestiging religieuze identiteit: moslim of christen.
8. *Onderzoek*
De cursus maakt deel uit van een onderzoek naar leereffecten: wat leren mensen precies van deelname aan dialoogactiviteiten (Radboud Universiteit Nijmegen, Mijke Jetten). Daarvoor is het van belang dat deelnemers vier korte vragenlijsten invullen (max. 20 min. per keer):
 - 1) voorafgaande aan de cursus (thuisgestuurd)
 - 2) in de eerste bijeenkomst
 - 3) in de laatste bijeenkomst
 - 4) na afloop van de cursus (thuisgestuurd)Deelnemers die geen vragenlijsten hebben ingevuld, zijn vanuit onderzoeksperspectief waardeloos. Dat willen we voorkomen. Daarom moet er uiterlijk *twee weken* voor aanvang van de cursus een volledige deelnemerslijst beschikbaar zijn: naam, adresgegevens, e-mail

en telefoonnummer, plus bevestiging religieuze identiteit (moslim of christen) (er zijn verschillende vragenlijsten voor moslims en christenen). Hiervoor kun je gebruik maken van de standaarddeelnemerslijst. De Radboud Universiteit zorgt ervoor dat deelnemers vragenlijsten 1 en 4 thuisgestuurd krijgen (inclusief antwoordenvolop). De begeleiders krijgen vragenlijst 2 en 3 om uit te delen in de cursus, inclusief handleiding.

C Werving

1. Werving via folders lijkt met name geschikt voor het vinden van deelnemers van christelijke huize. Moslims kun je het beste persoonlijk benaderen.
2. Maar ook voor moslims geldt: niet geschoten is altijd mis. Vraag jezelf af waar je je doelgroep kun bereiken. Verspreid het wervingsmateriaal op plekken waar veel christenen en / of moslims komen: kerken en moskeeën, christelijke en islamitische (studenten) (culturele) verenigingen, vrouwenorganisaties, wijkcentra, maatschappelijke organisaties, scholen etc.
3. Denk ook de lokale pers: zondagskranten, wijk- aan wijkblaadjes, gemeentenuws, websites etc. Zoek naar gratis reclamemogelijkheden. Betaalde advertenties leveren vaak nauwelijks iets extra's op.
4. Zoek deelnemers in je eigen achterban, en in de achterban van je collega. Mensen worden eerder enthousiast als ze het verhaal van een bekende horen. Folders zijn vaak wat onpersoonlijk.
5. Werf via via: sleutelpersonen in je eigen achterban. Zoek mensen in je achterban – met contacten in bijvoorbeeld specifieke kerken en moskeeën - die voor je kunnen gaan werven. Geef hen stapels folder mee, of vraag hen de folder via de mail te verspreiden.
6. Het is ook handig om via geworven deelnemers te werven: ga na of zij nog vrienden of kennissen hebben die wellicht ook interesse hebben. Neem daarvoor een zinnetje op in je bevestigingsmail (zie standaardbevestigingsmail).
7. Werven via bestaande e-maillijsten kan nuttig zijn, mits het bestand mensen uit de doelgroep bevat: leden van een bijbel-korangroep of andere bestaande dialoogactiviteit bijvoorbeeld. Ook hier kun je een zinnetje opnemen, waarin je mensen vraagt de mail door te sturen aan andere geïnteresseerden.
8. Het kan geen kwaad potentiële deelnemers uit je achterban via de mail te benaderen. Dat scheelt vaak moeite. Hou er rekening mee dat persoonlijke mails – met naam – meer effect hebben dan 'bulkmails'. Stuur daarom na bijvoorbeeld twee weken (ook) een persoonlijk herinneringsmailtje.
9. Hou rekening met de mogelijkheid van 'late aanmelders'. Ervaringen try-out: christenen lijken activiteiten op voorhand in te willen plannen, terwijl moslims zich gerust op het laatste moment nog aanmelden.
10. Stel van tevoren een wervingsplan op en hou je aan je planning. Laat het niet op het allerlaatste moment aankomen: trek vroeg genoeg aan de bel als het niet lukt voldoende deelnemers te vinden. Mijke Jetten kan je dan nog ondersteuning bieden.