

**VVBAD-studiedag:
'BRUGGEN tussen kind en bib'
Brugge - 22 november 2011**

32 enthousiastelingen stonden net zoals ik 's morgens al zeer vroeg in het station om op tijd in Brugge te geraken. Het beloofde een mooi programma te worden: een rondleiding en wat uitleg over de vernieuwde bib in Brugge, het concept van CABRIO, de catalogus van Brugge en een overzicht over de Brugse scholenwerking De Zevensprong. In de namiddag zouden Gerda Dendooven en Klaas Verplancke onze kijk op de kunsten en literatuur in het bijzonder verruimen.

De verbouwing en vernieuwing van de Brugse bib vind ik persoonlijk zeer geslaagd. Met een vrij beperkt budget zijn ze er in geslaagd om met enkele accenten, zoals de opvallende zithoeken, toch een heel nieuwe sfeer te creëren. En de zetels zitten nog goed ook! Ook de jeugdafdeling heeft met het opentrekken van hun vertelplek heel wat extra ruimte die ze nu multifunctioneel en optimaal kunnen gebruiken. En voor de kinderen is er een lage zelfuitleenbalie. Zo voelen zij zich meteen welkom en is er duidelijk met hen rekening gehouden.

Hierna gaf de bibliothecaris, **Koen Calis**, ons uitleg over de catalogus CABRIO. Door in hun catalogus naast websites ook workshops en lokale tentoonstellingen op te nemen, kunnen de Brugse balie-medewerkers een heel breed antwoord geven op de vragen van de gebruikers. Misschien is er geen boek aanwezig, maar kan een lokale vereniging wel een antwoord bieden. En ook dat vind je terug in CABRIO.

Na Koens enthousiaste uitleg was het de beurt aan **Lut Belaen** om De Zevensprong voor te stellen. Onze lunch kwam bijna in het gedrang, want de Brugse scholenwerking is zeer uitgebreid. De Zevensprong is een 'lijn' voor de basisschool met verschillende accenten gebaseerd op de eindtermen die start in de 3e kleuterklas en gaat tot het 6e leerjaar. Er is gezocht naar een mix tussen activiteiten en rondleidingen. De doelstelling is dat de kinderen op het einde van het 6e leerjaar zowel met de catalogus kunnen werken als hebben kennisgemaakt met alle vormen van leesplezier. Net voor de lunch zette de VVBAD **Rosa Godefroid** nog even in de bloemetjes. Na meer dan dertig jaar mag zij genieten van een welverdiend pensioen, al zullen we haar bij de vakgroep Jeugd zeker missen!

Na deze zeer praktische voormiddag gaf **Gerda Dendooven** ons even vleugels: zij nam ons mee van Rusland naar Frankrijk, van een jeugdgevangenis naar een plattelandschooltje en overtuigde ons — indien dat al nodig was — dat culturele opvoeding belangrijk is en eigenlijk ook een 'basiskinderrecht' hoort te zijn. Hierna waren we klaar om met de bus naar het atelier van **Klaas Verplancke** te gaan. Na even wachten propten we ons alle dertig op de al vrij volle Lijnbus. Ik kreeg meteen meer respect voor de schooljuffen die met hun klas met de bus naar onze activiteiten komen. Gelukkig was het atelier van Klaas deze rit meer dan waard. Niet alleen kregen we daar een mooi overzicht van heel zijn carrière, maar hij liet ons ook meekijken in het hele ontstaansproces van zo'n illustratie. De schetsboeken gingen bewonderend van hand tot hand. Zeer boeiend.

An Steppe, Openbare Bibliotheek Leuven



**VVBAD-studiedag:
Sociale media voor
beginners
Antwerpen - 17 januari 2012**

DE THEORETISCHE ACHTERGROND Communicatie gaat erom een verhaal te brengen dat mensen kunnen begrijpen en verder vertellen. Bovendien wordt ze steeds meer interpersoonlijk. Vele organisaties willen hun communicatie nog steeds zelf sturen, maar zij worden dikwijls in snelheid gepakt door individuele communicaties van burgers, klanten of andere stakeholders. Wanneer een organisatie de controle loslaat, kan ze meer bereiken met een kleiner budget. Daarvoor moeten de organisaties meer en meer hun medewerkers inschakelen en de nodige controle houden via een social media policy die in onderling overleg opgesteld wordt.

Het rendeert veel meer wanneer communicatie over je bedrijf verspreid wordt door een derde dan door de organisatie zelf. Ze komt veel geloofwaardiger over — dat uiteraard zowel in negatieve als positieve zin. Het communicatiebeleid moet er dus ook op gericht zijn om de doelgroep te inspireren je boodschap verder uit te dragen. Daden spreken hierbij meer aan dan woorden. Zorg er dus voor dat je acties en gedrag overeenstemmen met je boodschap.

De rol van de communicatiespecialist is daardoor wat verschoven van iemand die de campagne volledig uittekent naar een facilitator die de communicatieacties vanuit de achtergrond stuurt.

Wanneer een gebeurtenis zich voordoet moet men zelf de communicatie hierover opstarten, zodat je ze op je

