

Betekenisvol communiceren

Position paper communicatie

Communiceren is de kern van ons menselijk bestaan. We zijn sociale wezens met behoefte aan relaties die vorm krijgen door luisteren en spreken. Mensen vertellen elkaar aldoor verhalen; over zichzelf en over de wereld waarin ze leven. Op die manier maken we contact en vormen we gemeenschappen. Zo ontdekken we ook de zin en de betekenis van het leven. We beseffen wat de scheppende kracht van woorden is. De Bijbel zegt zelfs dat de wereld zoals wij die kennen ontstond door het spreken van God.

Communicatieprofessionals ondersteunen organisaties in het vormgeven van relaties, zowel intern als extern. Ze adviseren organisaties in hun zoektocht naar de *why* en in het meer communicatief maken van de organisatie. Door omgevingssensitiviteit signaleer je trends en ontwikkelingen en binnen de organisatie herken je onderstromen. Je vertaalt wat er speelt naar een impactvolle communicatiestrategie. Dit doe je in co-creatie met alle betrokkenen. Zo draag je bij aan de legitimiteit en effectiviteit van organisaties in hun context. Met de verhalen die je maakt zet je mensen in beweging.

Goede verhalen vertellen die organisaties verder helpen, is een kwestie van vakmanschap. Je kunt met creativiteit de juiste media en technieken benutten. Vaak moet je rekening houden met meerdere stakeholders en conflicterende belangen. Dat vereist een goede luisterhouding, interpretatievermogen en de vaardigheid om te kunnen kijken vanuit verschillende perspectieven. Bovenal is het belangrijk dat een verhaal deugt. Je dient immers met je communicatie bepaalde belangen en je brengt focus aan. Tegelijkertijd ben je betrouwbaar, zelfkritisch en streef je niet enkel naar kortetermijnwinst voor je organisatie of opdrachtgever. Je bent je bewust van de gevolgen voor morgen, de gevolgen voor sociale, maatschappelijke en ecologische belanghebbenden. In een tijd van polarisatie, informatiestress en nepnieuws zijn geloofwaardigheid en vertrouwen precair en is zorgvuldigheid vereist.

Op de CHE leiden we in nauwe samenwerking met de beroepspraktijk én met veel persoonlijke aandacht voor studenten beginnende communicatieprofessionals op. We leren ze impact te maken vanuit betrokkenheid, zoals wij dat ook in ons onderwijs doen. De vorming van de studenten (als bezielde mens en als professional) vinden we belangrijk. Vanuit de opleiding geven we onze studenten de volgende oriëntatiepunten mee.

1. Streef naar impactvolle communicatie. Je wil uiteindelijk mensen en organisaties in beweging brengen en verandering realiseren.

- Begrijp de organisatie waarvoor je werkt en ken het publiek waarmee je communiceert. Begrijp wat mensen beweegt en welke waarden en belangen centraal staan.
- Zet je creativiteit in. Ontwikkel gevoel voor conceptcreatie, zodat je in staat bent de juiste middelen te kiezen en de juiste boodschap te formuleren, met de juiste *tone of voice* passend bij de doelgroep.
- Beheers de relevante technieken zodat betekenisvolle verhalen goed voor het voetlicht komen in de organisatie of in de publieke ruimte. Blijf jezelf daarin ontwikkelen, want het medialandschap verandert voortdurend.

2. Richt je op betekenisvolle verbindingen. In die bedding kunnen verhalen tot hun recht komen.

- Maak echt contact met mensen en durf met hen op te trekken. Communicatie is gericht op de bloei van relaties tussen mensen, maar ook tussen organisaties, belanghebbenden en hun netwerken.
- Wees zorgvuldig met taal en beeld want die zijn nooit neutraal. Framing en doelgerichte beeld- en woordkeuze hebben grote impact: taal- en beeldtaalvaardigheid én prudentie zijn nodig.
- Geef ruimte aan verschillende perspectieven. Doe recht aan de veelkleurigheid van je doelgroepen, de markt en je publiek. Ontwikkel een luisterende houding, streef naar dialoog en laat je verrassen.

3. Ontdek je eigen verhaal: als communicatieprofessional heb je reflectief vermogen nodig.

- Leer je eigen levensverhaal begrijpen. Begrip van jezelf, je context en je plek in de wereld helpen je een eigen identiteit en levensbeschouwing te ontwikkelen. Via je levensverhaal kun je verbinding maken met andere mensen en organisaties en hun perspectieven.
- Handel vanuit liefde voor de ander, de samenleving en de schepping. Houd daarbij je grenzen in de gaten.
- Durf jezelf in een oncomfortabele positie te brengen. Dat prikkelt je nieuwsgierigheid en stimuleert tot leren en vernieuwing.

4. Weet wat er in samenleving speelt en neem vervolgens je verantwoordelijkheid om met creativiteit en zorg voor goede relaties bij te dragen aan de bloei van mens, organisatie en samenleving.

- Begrijp de maatschappelijke omgeving waarin je werkt, want dat is de context waarin betekenisvolle veranderingen plaatsvinden. Durf met wat in de buitenwereld gebeurt ook je eigen organisatie koers en richting te geven.
- Oefen je op basis van kennis van economie, markt, cultuur en samenleving in onderscheidingsvermogen. Het (digitale) medialandschap wordt steeds diffuser en nepnieuws is soms moeilijk te onderscheiden van waarheid en leugen. In gepolariseerde of onzekere contexten is het essentieel om scherp waar te kunnen nemen en (beeld)taal te vinden voor wat er speelt.
- Bereid je voor op een veranderend organisatielandschap, zodat je wendbaar en weerbaar bent. Maatschappelijke opgaven zoals klimaatverandering en sociale vraagstukken kunnen leiden tot nieuwe vormen van samenwerken en organiseren.
- Werk aan een robuuste morele houding, zowel voor jezelf als voor de organisatie. Medewerkers floreren als ze gehoord worden en kunnen meebouwen aan de identiteit en de koers van de organisatie. De reputatie van je organisatie draagt bij aan publiek vertrouwen. Je dient de samenleving door recht te doen en verantwoording af te leggen van je handelen.