

Mindmap gemaakt door Alexis van Dam: <http://bit.ly/avdam>

Meer info: <http://www.alexida.nl>

= belangrijk

Met de klok mee
Van binnen naar buiten
Per tak van boven naar beneden

Info

Lees

Sprekers

- Bio**
 - HVR Group
 - Helpen beter in verbinding te staan met buitenwereld
 - Organisaties
 - Boven en onder
 - Helpen in verbinding te komen
 - Die moeten daar goed in zijn
- Intro**
 - Communicatie wordt niet eenvoudiger
 - Wat kun je er mee?
 - Galjaardlezing 2014
 - Communicatie wordt belangrijker
 - Spreeker: Annamarije Jorritsma
- Bijv Scrum**
 - 1. Is er een rol voor communicatie?
 - 2. Hoe maak je een goede analyse?
 - 3. Welke strategie sluit daarop aan?
 - 4. Wat betekent dat voor jou?
- Hoogleraar strategische communicatie**
 - Noelle Aarts
 - UVA
 - Wageningen

Effect van communicatie hangt af van de context waarin communicatie plaatsvindt

Typen context:

1. Wie praat met wie? **Wat is de verhouding tussen de mensen?**
2. Historische context **Wat is er eerder gebeurd?**
3. Sociaal culturele context
 - Wie praat met wie?
 - Peers
 - Vriendjes
 - Mensen die het met ons eens zijn = fijn
 - Meningen vormen met anderen
 - Waarheid = resultaat van gesprekken tussen vrienden
 - Social constructivisme
4. Social economische context **Doelen en termijn die men nastreeft**
5. Cultureel psychologisch **Anders denken**
Bijzonder diverse samenleving

Kan communicatie nog wel eens effectief zijn?!

Communicatie valt in een bepaalde context (Weidere context)

Effectief zijn

Weidere context: situatie waarin iets afspeelt

Maak een fatsoenlijke situatie analyse

1. Wat is het probleem?
2. Voor wie is dit een probleem?
3. Hoe ziet het probleem er voor verschillende betrokken uit?
4. Wat zijn de oorzaken van het probleem?
5. In hoeverre speelt menselijk gedrag een rol?

Problemen zijn complex **Veel visies**

Hoe? maak probleem boom

Waarom

- Geen eenduidige definitie van een probleem**
- Meeste oorzaak-gevolgketens
- Wat als je het omdraaid?
- Zichzelf versterkende effect (complexiteitstheorie)
- Neiging om problemen te simplifiëren
- We maken overal een verhaal van (oorzaak en gevolg)**

Organisch model voor strategisch communicatie

Omarm dynamiek

- Er is verandering
- Stabiliteit is uitzondering
- Meeste modellen gaan uit van stabiliteit
- Buiten naar binnen
- Extern - intern
- Info halen
- Interne communicatie
- Directie
- Verbinden tussen directie en werkvloer
- Interne traject
- Weten wat er speelt
- Interne - externe traject
- Jaarverslag
- Reclame
- Gedrag & karakter van de organisatie
- Feedback loopt
- Helpt om te voorkomen en voor te zijn
- Context bepaalt met wie op welk moment moet worden gesproken**

Instrumenten die helpen met het omgaan van de complexe wereld

- Two are wiser
- Kwaliteit van de relatie
- Instrument: twiser.nl
- Invloeden van buitenaf
- Instrument: fieldmap.nl
- (niet) zichtbaar
- Issue map
- (non) aligned

Contextueel onderzoek

- Netwerk analyse**
 - Wie praat met wie waarover?
 - Laten praten over keuze mogelijkheden
- Focusgroep**
- Frame analyse**
 - Welke frames gebruiken
 - Selectief ontvangen en verzenden
- Antropologie**
 - Naar hele plaatje kijken
 - Niet iedereen kan dat
 - Communicatie = complex vak
 - Sterkte en zwakte van de organisatie in beeld
 - Totaal beeld
 - Dagboekmethode
 - Wat is er ergens gaande
 - Excursie naar jezelf
 - Ga op bezoek bij je eigen organisatie

Manieren om context te leren en begrijpen

Belangrijk: Goed luisteren

We hebben een beperkt blikveld op luisteren

Oor
Jij
Oog
Volledig aandacht
Hart

Chinees: 聽 luisteren

Luisteren om te replen
Luisteren om te begrijpen
Met gelijkgestemde dat te doen

1. Downloaden: selecteren wat we al weten of vinden

80%

Heel weinig

Zouden journalisten moeten doen
Wetenschappers: hypothese vaststellen

2. Selecteren van nieuwe informatie

Theorie U - Otto Scharmer, 4 luister vormen:

3. Empatisch luisteren

Begrijpen van de andere
Luisteren vanuit de ander

Effectief afwisselen (3 andere vormen)

4. Generatief luisteren

Constant keren
Mee bewegen met de omgeving
Je hoort meer
Weet meer van de context

Communicatie & imago

Imago: 'Geheel van betekenis waarmee een organisatie gekend wordt en waarmee mensen zo'n organisatie beschrijven'

Politiici
Organisatie

Oppoetsen van imago's

1. Men heeft er geen kennis erover

Zit vast in hoofd van mensen
Mensen interpreteren iets vanuit wat ze al weten

2. Men heeft de verkeerde kennis

Dubieus imago

3. Men heeft een ongunstige waardering

Model

- Gedrag
- Karakter: hoe
- Wat je zou willen doen
- Gewenste imago
- Bewuste communicatie
- Hoe kijken mensen naar ons
- Zij bepalen we ze er van vinden
- Feitelijk identiteit
- Gewenste identiteit
- Feitelijk imago
- Constructie van relatiegroepen

Communicatie en gedragsbeïnvloeding

Beïnvloeden van gedrag

Laat individueel/ rationeel argumenten varen

Simplifiëren voor het beïnvloeden

Rationele argumenten gebruiken om een individu te overtuigen

Cognitieve psychologie

Andere zienswijze

- Antropologie
- Nadruk op mensen als sociale wezens
- De mens is vanaf geboorte: sociale wezen
- Afhankelijk van anderen
- Behoeft hiërarchie van Maslow
- Hoe zit het met motivatie?
- Mensen komen alleen in actie vanwege de elementen die zelf noemen, jij kunt voorwaarde veranderen
- Mensen leven in sociale netwerken
- Nicholas Christakis & James Fowler
- Boek: Connected
- TED Talk: hidden networks
- [Http://youtu.be/2U-IOghblfE](http://youtu.be/2U-IOghblfE)

Zwermen

Volgens elkaar in interactie

Doen elkaar na

Imiteren

Gelijkgezinden

Conformereren

Gedrag is collectief

Mensen

2 type verbindingen

1. Bonding
 - Gelijkoortige mensen
 - Besmettelijk gedrag
 - Tussen anders denkenden
2. Bridging
 - Overheden en burgers
 - CEO en medewerkers
 - Hoog - laag opgeleide

Nudge: met bepaalde 'duwtjes' mensen sturen naar gedrag

Communicatie in relatie tot andere instrumenten

Resoneren van instrumentenmix

Model

- Weten en regelgeving
- Duur geworden
- Communiceren = duidelijk
- Niet overal verkrijgbaar
- Niet meer geaccepteerd
- Je komt er niet meer uit
- Mag niet overal meer
- Voorwaarde creëren waardoor men er vanuit zich mee ophoudt
- Context beïnvloeden
- Je moet meer weten dan alleen van de 'communicatiepostzegel'**

Toepassing

Goed nadenken over een slimme mix om tot resultaten te komen

Suggesties

- Is gedragverandering mogelijk zonder communicatie?
- Meer dan communicatie
- Kan niet zonder communicatie
- Blik verbreden
- Wees Interessante gesprekspartners voor o.a. CEO's**
- Bemoel je overal tegen aan
- Communicatie is geen geïsoleerde activiteit

Accountability

- Performative accountability
- Beperkt
- Decisional accountability
- Deugdelijke beslissingen o.b.v. situatie analyse
- Meetbaarheid = illusie van controle
- Continu in staat aanpassingen te doen door te volgen