





Transitie33. Vertelling over effectief communiceren voor bestuurder en communicatieprofessional.



COLOFON

Transitie33. Vertelling over effectief communiceren.

© 2016 Hans Siepel en Frank Regtvoort

ISBN: 978 90 8954 858 0

GRAFISCH ONTWERP

Studio Lennarts & de Bruijn

Den Haag

EINDREDACTIE

Sacha Buddingh'

Utrecht

Exemplaren zijn te bestellen via de boekhandel of rechtstreeks
bij de uitgeverij: www.elikser.nl



TRANSITI ≡ 33



De waarheid is niet naakt in de wereld gekomen maar in symbolen en afbeeldingen: anders zou zij (de wereld) haar (de waarheid) niet kunnen ontvangen.

Evangelie volgens Philippus, vers 55,
uit: Nag Hammadi Codices

1

Hij staat bij het open raam. De zon verschuilt zich achter de nadruppelende wolken. Hoewel binnen het universiteitsgebouw een algemeen rookverbod geldt, maakt hij voor zichzelf graag een uitzondering. Kritiek op zijn gedrag deert hem niet echt. De tegenwerpingen kan hij ondertussen wel dromen: 'De regels gelden ook voor u, professor,' 'Meerroken is ook dodelijk,' 'Maar je weet toch dat je daarmee het slechte voorbeeld geeft?' Hij pareert zijn criticasters met stilzwijgen, omdat hij ook wel weet dat hij geen argumenten heeft en zijn zwijgen de ander uit evenwicht brengt. Bovendien, wie kan hem wat maken? Als hoogleraar communicatiewetenschappen staat hij zeer goed aangeschreven, tot ver buiten de eigen faculteit. Iemand van zijn statuus wil een universiteit graag behouden en dan kun je je gelukkig veel permitteren.

Morgen is het zover. De toespraak. Het voorlopig sluitstuk van een bewogen periode. Een half jaar geleden is het allemaal begonnen, met twee e-mails. Eerst was er dat mailtje van de journaliste Crissy Strebala die vroeg of ze hem kon interviewen voor de wetenschapsbijlage van een landelijk dagblad. Daarna een verzoek of de 'hooggeleerde professor' bereid was 'de *keynote speech* te verzorgen op een belangwekkend congres over de toekomst van de overheidscommunicatie'.

Hij krijgt veel uitnodigingen voor spreekbeurten. Op een hoop daarvan gaat hij niet in omdat zijn drukke agenda te weinig ruimte biedt. Drie dagen in de week werkt hij als hoogleraar en twee dagen runt hij met een zakenpartner een communicatieadviesbureau. Omdat dit bureau voor veel overheidsorganisaties werkt, besluit hij de congresorganisatie uit te nodigen voor een toelichting. Een week later zit het organiserend comité bij hem aan tafel. Op zijn vraag waarom juist hij voor dit congres de meest geschikte hoofdspreker zou zijn, volgt een stortvloed aan lofprijzingen. Heeft hij zich niet decennialang ingezet voor de wetenschappelijke onderbouwing van het communicatievak? 'Die koninklijke onderscheiding heeft u echt niet zomaar ontvangen.' En de link die hij legt met de dagelijkse praktijk 'spreekt de mensen aan, daar herkennen ze zich in'. Inderdaad, moet hij voor zichzelf met tevredenheid beamen, zijn betekenis voor de communicatiegemeenschap valt niet te ontkennen.

Hij stemt dan ook toe, te meer daar het hem allicht wel wàt commerciële spin-off zal opleveren.

De week daarop heeft hij een afspraak met Crissy Strebla in zijn favoriete eetgelegenheid, TRANSITIE³³. Vol verwachting begint hij aan het interview over zijn wetenschappelijke zoektocht naar effectieve communicatie. Want dat is van meet af aan de inzet geweest van zijn harde werken: een aanpak ontwikkelen die werkelijk tot effectieve communicatie leidt. De tegenwerpingen van collega's uit de wetenschap – 'onmogelijk, te veel onbeheersbare variabelen' – en de beroepspraktijk – 'met die bestuurlijke wispelturigheid en eigengereidheid gaat je dat nooit lukken' – hoort hij geïnteresseerd aan, maar overtuigen doen ze hem geenszins. Integendeel. Ze helpen hem zijn zoektocht te verfijnen door tegenwerpingen te herformuleren als randvoorwaarden. Het interview wil hij benutten om een breder publiek verslag te doen van zijn wetenschappelijke zoektocht en de resultaten tot nu toe. Een mooie kans, vindt hij.

Maar het vraaggesprek verloopt heel anders dan hij zich had voorgesteld. Het stoot hem van zijn stutten. Zekerheden smelten als sneeuw voor de zon en hele brokken van zijn in beton gegoten overtuigingen brokkelen af. Vertrouwde wegen blijken doodlopende steegjes en nieuwe wegen in zijn zoektocht naar effectieve communicatie dienen zich aan. Het dwingt hem het spel van het 'grote loslaten' te spelen.

Hij dooft zijn sigaret, pakt van zijn bureau een stapeltje papier en neemt plaats op een van de twee gemakkelijke stoelen die zijn verder grauwe werkkamer een kleurig accent geven. Het is de tekst van zijn toespraak. Zijn ogen glijden over de titel: EFFECTIEF COMMUNICEREN, EEN KWESTIE VAN WILLEN. Op het congres waar hij zal spreken worden meer dan vijfhonderd deelnemers verwacht, zowel communicatieprofessionals als bestuurders in dienst van de overheid. Hij heeft er de hele middag voor uitgetrokken om de tekst van zijn speech nog eens in alle rust door te nemen, want één ding weet hij zeker: zijn toespraak zal stevige reacties oproepen en dan moet de inhoud wel hout snijden. Voor de opbouw van zijn verhaal is hij teruggevallen op het script dat in alle mythologische verhalen verborgen zit en dat hij zich als kind onbewust heeft eigengemaakt:

door een samenloop van omstandigheden wordt de hoofdfiguur gedwongen de grenzen van het bekende los te laten en zich op onbekend terrein te begeven. Wat volgt is een confrontatie met allerhande mythische krachten waaruit hij terugkeert als overwinnaar met het vermogen zijn medemens zegeningen te schenken.

De inspiratie en motivatie om het onmogelijke mogelijk te maken en de confrontatie met het onbekende aan te gaan dankt hij aan zijn moeder. Als kind nam zij hem mee in de fantasiewereld van legenden, mythen en sprookjes. Elke avond voor het slapen gaan las ze hem voor en vanaf het moment dat hij zelf een beetje lezen kon, ging hij helemaal op in die wonderlijke wereld van de verbeelding waarin het onmogelijke toch altijd weer mogelijk blijkt, en waarin het goede zegeviert over het kwade.

Zijn vader zag het met lede ogen aan en wijdde hem in de 'echte wereld' in, de wereld van wetenschap en techniek. Hij genoot met volle teugen van hun uitstapjes naar de technische hoogstandjes die ons land rijk is. En de boeken die zijn vader hem daarover gaf bestudeerde hij met een bijna religieuze overgave. Hij heeft ze altijd bewaard, stukgebladerd als ze zijn.

Maar na zijn ontmoeting met Crissy Strebla is zijn moeder terug in zijn denken. En verandert zijn visie op effectieve communicatie ingrijpend. De weerslag daarvan is terug te lezen in zijn toespraak. Nadat hij zichzelf een kop koffie heeft ingeschonken, pakt hij het eerste vel van zijn tekst en begint te lezen.

“Dames en heren,

dank dat ik vandaag als wegwijzer in uw midden mag zijn. Naar mijn weten is het voor het eerst in de geschiedenis van de overheidscommunicatie dat professionals met communicatie als eerste beroep en bestuurders met communicatie als tweede beroep met elkaar congresseren over de toekomstige overheidscommunicatie. Uw communicatie. Voorwaar een thema van belang, want met uw communicatie draagt u immers bij aan de werkelijkheid waarin we met elkaar samenleven.”

Het grote aantal bestuurders dat zich heeft aangemeld heeft hem blij verrast. Altijd als hij een groep communicatieprofessionals wijzer probeert te maken, krijgt hij de verzuchting te horen dat zij het wel zo zouden willen, maar dat hun bestuurders het tegenovergestelde van hen vragen. En bestuurders op hun beurt vertrouwen hem met enige regelmaat toe dat ze het hun voorlichters wel zouden willen vragen, maar dat ze er niet op kunnen vertrouwen dat die ook leveren: 'Als het er in de communicatie echt op aankomt, doen we voor de zekerheid een beroep op bureaus als het uwe.' Daarom vindt hij het mooi dat beide groepen goed vertegenwoordigd zijn.

“Zoals u in de programmabeschrijving hebt kunnen lezen zet ik mij sinds jaar en dag in om een wetenschappelijk verantwoorde aanpak te ontwikkelen die echt effectieve communicatie mogelijk moet maken. De programma-commissie heeft daaraan toegevoegd dat mijn wetenschappelijk werk van grote invloed is op de wijze waarop de overheidscommunicatie heden ten dage, mede door u, beoefend wordt en dat ik u vandaag zal meenemen in mijn nieuwste inzichten. Laat ik het zo zeggen, ga er maar eens voor zitten en doe er uw voordeel mee.”

Halverwege de jaren negentig begint zijn opmars binnen de overheidscommunicatie. Hij is een veelgevraagd spreker en wordt als adviseur ingehuurd bij tal van ministeries en ontelbare gemeenten. Het is de tijd van het ongebreidelde neoliberaal optimisme. Overheidswerk wordt naar de vrije markt overgeheveld en overheidsorganisaties moeten als bedrijven gaan werken. Rendement, efficiency en kostenbeheersing zijn de toverwoorden die de overheid van gedaante doen veranderen. Hij is de grote pleitbezorger geweest om overheidsorganisaties op eenzelfde wijze te laten communiceren als in het bedrijfsleven gebruikelijk is. Zijn credo: 'Leer de succesvolle lessen van uw collega's uit de reclame en promotie en vertaal die naar het "sellen" van het beleid en het op de kaart zetten van jullie organisaties en bewindslieden.' Het is niet tegen dovemansoren gezegd. Overheidsorganisaties worden op basis van zijn wetenschap 'merken'. Bewindspersonen,

burgemeesters, wethouders, steden, dorpen en het project Europa: allemaal merken met alles erop en eraan: pay-offs, slogans, kernboodschappen, oneliners en ingestudeerde grapjes. Allemaal vanuit de gedachte dat stevige regie op reputatie en beeldvorming tot zichtbaarheid en vertrouwen leidt en zo tot acceptatie van overheidsbeleid door de burgers. Veel overheidsorganisaties volgen zijn adviezen op en zo verwerft hij de naam en faam waarmee hij tot op de dag van vandaag zijn voordeel heeft gedaan.

“Mijn verhaal telt drie delen. Om te beginnen schets ik, weliswaar kort, waar ik vanuit volle overtuiging voor heb gestaan. Vervolgens neem ik u mee in mijn zoektocht naar effectieve communicatie op een voor mij tot voor kort onbekend terrein. Om u daarna in het derde deel van mijn betoog deelgenoot te maken van de inzichten die mijn ontdekkingstocht heeft opgeleverd.”

Zijn gedachten dwalen twintig jaar terug in de tijd. Hij ziet zichzelf weer voorovergebogen ploeterend te midden van honderden rapporten over informatieverwerking, geheugen en hersenonderzoek en tientallen communicatieboeken, vooral over reclame. Hij maakt zich deze kennis eigen, promoveert erop en introduceert binnen het communicatievak de nieuwste neurowetenschappelijke inzichten in de werking van ons brein. Tot op de dag van vandaag heeft hij in woord en geschrift betoogd dat communicatieprofessionals er goed aan doen in zijn kielzog te varen, omdat door zijn voortschrijdende inzichten effectieve communicatie binnen handbereik zal komen. Belofte maakt schuld.

“Inzicht in de werking van onze hersenen en hoe in het menselijk brein de informatieverwerking verloopt, heb ik heel mijn werkzame leven beschouwd als een veelbelovende en succesvolle route om in de toekomst te komen tot effectieve communicatie. Binnen de communicatiebranche zijn het vooral de reclamemakers geweest, zoals u waarschijnlijk wel weet, die als eersten écht de werking van het brein probeerden te doorgronden. Zij wilden