

# Logeion Communicatietrends 2022 – 2023

Elke twee jaar publiceren we de Logeion Communicatietrends. De trends komen voort uit een maatschappelijke context die continu verandert. We concentreren ons op die trends die relevant zijn voor ons vak en waarmee we als communicatieprofessionals van betekenis kunnen zijn voor de samenleving. Met de Communicatietrends willen we vakgenoten inspireren en uitdagen om beter te worden in ons vak. We geven handvatten om communicatietrends toe te passen in de praktijk en we willen bijdragen aan en inspiratie bieden voor de programmering van Logeion. De vier trends zijn:



## 1. Gids in een grenzeloos speelveld

De impact van ons handelen gaat soms letterlijk over grenzen heen, de onderlinge afhankelijkheid groeit en nieuwe spelers met eigen belangen betreden het speelveld. Informatie verspreidt zich sneller, zonder dat iemand de regie heeft.

In dat speelveld is er behoefte aan breed ontwikkelde communicatieprofessionals met overzicht en inzicht. Op die manier kunnen we helpen om positie te kiezen en gericht en persoonlijk te communiceren met stakeholders.

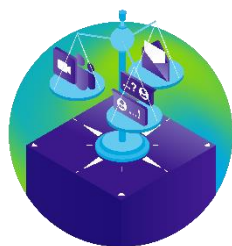
Door de buitenwereld naar binnen te halen, voeling te houden met onderstromen en het stille midden een stem te geven, kun je spiegelen, inzicht bieden, spelers mobiliseren en helpen met navigeren.

De trend in 3 bullets:

- Breng het krachtenveld in kaart
- Benut de veelheid aan stakeholders
- Kies voor hyperpersonalisatie

Aan de slag met 'Gids in een grenzeloos speelveld':

- Investeer in analyse van krachtenveld en onderliggende beweegredenen (Factor C, newsrooms); opdrachtgever is niet langer de spil, maar één van de spelers
- Bekijk je organisatie als onderdeel van een open ecosysteem, met verbanden die posities verzwakken of versterken
- Gebruik data en kennis over draagvlak en gedrag voor communicatie op maat
- Zorg voor gelaagde communicatie die past bij de context en leefwereld van je doelgroepen (hyperpersonalisatie)
- Kies voor interactie (begin met luisteren!) en inclusieve communicatie, passend bij het hele speelveld



## 2. Moreel kompas als leidraad

Naast polarisatie zien we toenemende fragmentatie in de samenleving. Het midden verbloekt en is steeds minder zichtbaar. Mensen handelen en denken vanuit uiteenlopende belangen en overtuigingen. Ze zoeken houvast in veilige bubbels en worden daarmee onbereikbaar. Media en politici dragen bij aan het uitvergroten van verschillen.

De sleutel voor het herstellen van de verbinding met de omgeving ligt bij het zoeken van overeenkomsten in de verschillende perspectieven. Welke betekenis geven mensen en organisaties aan bepaalde waarden of belangen? Zijn er gemeenschappelijke waarden of morele grenzen die richting kunnen geven?

Breng de onderstroom naar boven via storylistening en zoek naar uiteenlopende of juist gedeelde sentimenten. Zoek de onderliggende waarden. Er is nooit één juiste positie, maar richting kiezen aan de hand van je moreel kompas biedt wel een kader voor je verhaal of een start van de dialoog.

De trend in 3 bullets:

- Verdiep je in diverse perspectieven

- Weeg belangen en waarden
- Bied en organiseer tegenspraak

Aan de slag met 'Moreel kompas als leidraad':

- Analyseer en zorg voor duiding van overtuigingen, waarden, belangen en drijfveren en maak hiervan een krachtenveldkaart
- Werk aan de doorontwikkeling van newsrooms (storylistening en storytelling), zowel voor patroonherkenning als voor branded content
- Organiseer tegenspraak, zo mogelijk door de stakeholders naar binnen te halen; interactie tijdens live events heeft impact die online niet realiseerbaar is
- Vertaal kernwaarden (purpose) van de organisatie en de belangrijkste stakeholders in een communicatiekompas



### 3. Vertrouwen door radicale transparantie

Overheid, politiek, organisaties en media lijken gevangen in een cirkel van wantrouwen. Een breed gedragen gevoel is dat leiders en autoriteiten vaker bezig zijn met de beeldvorming dan met herstel van de relatie met hun stakeholders. Er is behoefte aan bestuurders, politici en ondernemers die leiderschap tonen. Door dilemma's te benoemen, van meet af aan transparant te zijn en direct verantwoordelijkheid te nemen als er dingen misgaan. Vertrouwen krijgen, begint met vertrouwen geven.

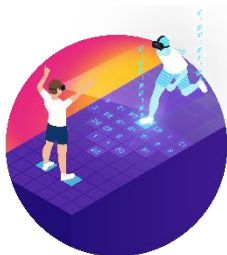
Gebrek aan openheid en verbinding maakt kwetsbaar. Neem je stakeholders serieus en neem hun beleving als uitgangspunt in beleid, gedrag en communicatie. Openheid die vanzelf spreekt, is de basis voor vertrouwen of het herstel daarvan.

De trend in 3 bullets:

- Verbind systeem- en leefwereld
- Doorbreek de cirkel van wantrouwen
- Kies voor openheid als kracht

Aan de slag met 'Vertrouwen door radicale transparantie':

- Wees compromisloos in transparantie, authenticiteit en consistentie in de communicatie (juist bij issues)
- Onderzoek waar wantrouwen vandaan komt en baseer daar je adviezen op: organiseer tegenspraak
- Kies voor openheid: redeneer vanuit dilemma's en sluit aan bij het perspectief van de ander
- Neem 'de bedoeling' als vertrekpunt en toets boodschap én gedrag aan de praktijk



### 4. Technologie als nieuwe taal

Sinds het begin van de 20ste eeuw wordt ons leven telkens opnieuw opgeschud door de introductie van nieuwe technologieën. Na het omarmen van het internet en de opkomst en relativering van social media, zien we de grenzen verdwijnen tussen de reële en de virtuele wereld.

Deep fakes, artificial intelligence en big data zijn maar een paar voorbeelden van nieuwe technologie die onze communicatie veranderen. Dat biedt enorme kansen voor ons vak.

Na taal, beeld en gedrag is *technologie* een vanzelfsprekend onderdeel geworden van de communicatiemix. Zie technologie niet als bedreiging, maar als kans om effectiever en doelgerichter te communiceren. Zorg dat je weet wat er mogelijk is, zodat je technologie gericht kunt inzetten.

De trend in 3 bullets:

- Verdiep je in wat er mogelijk is
- Kies, experimenteer en leer
- Gebruik technologie als taal i.p.v. tool

Aan de slag met 'Technologie als nieuwe taal':

- Beschouw technologie als nieuwe standaardtaal
- Verdiep je in wat er kan met behulp van technologie en de combinatie van digitaal en gedrag
- Experimenteer ermee en zodat je vertrouwd raakt met het toepassen van technologie
- Gebruik data voor het verkrijgen van inzichten voor je communicatieadvies
- Kies toepassingen die vernieuwend zijn en die passen bij je werkveld en doelgroep; draag bij aan de verdieping van ons vak op dit gebied

