

Van Trends 2013 naar Trends 2015

Logeion formuleert elke twee jaar de maatschappelijke trends, die de belangrijkste uitdaging vormen voor organisaties en dus ook voor communicatieprofessionals. Deze trends zijn mede richtinggevend voor de programmering en bieden aanknopingspunten voor professionalisering en profilering. Dit is voor het eerst gedaan in 2103 en nu in 2015 opnieuw. Omdat het niet waarschijnlijk is dat trends in een tijdsbestek van twee jaar totaal veranderen, zijn bij het trendproces van 2015 die van 2013 als vertrekpunt gebruikt:

1. Horizontalisering
2. Glazen Huis
3. Emotiemaatschappij
4. Datamining

Er is onderzoek verricht onder de leden door het Communicatiepanel. In het congres Trends4Com hebben ruim 100 leden gediscussieerd over de oude en eventuele nieuwe trends.

Van Horizontalisering naar Netwerksamenleving

Het overheersende gevoel uit de vele discussies was dat 'horizontalisering' slechts een deel van het verhaal vertelde. Onze maatschappij vertoont allerlei trekken van horizontalisering, maar op andere plekken lijken verschillen juist toe te nemen en treedt er verwijdering op tussen groepen. We worden in elk geval een samenleving van netwerken. Binnen die netwerken zien we horizontalisering en 'bonding'. Maar met de 'bridging' tussen de verschillende netwerken gaat het lang niet altijd goed. Voor communicatieprofessionals een centrale opgave!

Van Datamining naar Real Time

Datamining is een van de facetten van de technologische revolutie die onze samenleving ondergaat. Die technologie stelt ons in staat permanent in verbinding te zijn, met elkaar en met tal van organisaties. Organisaties zullen zich ervan bewust moeten zijn, dat iedereen meekijkt, altijd. Ze zullen 'agile' moeten zijn. Dit biedt - zeker voor communicatie - nieuwe kansen maar dwingt ook ons beter te oriënteren op mogelijkheden en risico's.

Daarbij waren ook diverse experts van buiten het communicatievak aanwezig. Vanuit hun professie keken zij naar wat er in de samenleving en in onze organisaties gaande is en welke ontwikkelingen zij voor zich zien. Dit voorkwam dat het debat zou blijven steken in navelstaren. De resultaten zijn besproken met vertegenwoordigers van de vak- en themagroepen.

Uiteindelijk heeft de Adviesraad Programmering en Trends alles samengevat in een nieuw trenddocument, dat door het Bestuur is geaccordeerd. Uit de debatten en discussies kwam naar voren dat de trends van 2013 een groot deel van hun geldigheid hebben behouden, maar dat leden behoefte hebben om ze in benaming en inhoud beter te laten aansluiten op de dagelijkse realiteit. Daarom is ervoor gekozen om - met behoud van de inhoudelijke lading - de trends te herformuleren en van nieuwe benamingen te voorzien. Daarbij is tevens gebruik gemaakt van de verschillende perspectieven die de debatten en discussies hadden blootgelegd: maatschappij, organisatie, technologie en individu.

Van Glazen Huis naar Be Real!

Het is niet genoeg dat organisaties alleen maar transparant proberen te zijn. Organisaties moeten nu midden in de markt en de samenleving staan. En ze moeten zich bewust zijn van het feit, dat die samenleving ook middenin hén staat. Dat betekent dat zij harder moeten werken voor geloofwaardigheid en vertrouwen. Niet alleen een mooi verhaal maken voor in de (glazen) etalage, maar authenticiteit en oprechtheid tonen in gedrag en beleid.

Van Emotiemaatschappij naar Menselijke Maat

Juist in een tijd waarin de schaal steeds groter lijkt te worden en de afstand tussen mensen en organisaties ook, groeit de behoefte aan individueel contact. We willen vertrouwen geven aan organisaties die dat verdienen. Maar we willen door hen wel als autonome mensen behandeld worden. Met oog voor ons als 'hele mens', met eigen wensen, (brein-)voorkeuren én emoties.