

Relevante trends voor overheidscommunicatie

Doe-democratie, massa's media, factchecking, zelfredzaamheid, andere bestuursstijlen, open data en consuminderen. Een willekeurige greep uit 37 trends in de maatschappij en in het communicatievak die relevant zijn voor de communicatie van(uit) de Rijksoverheid. Het rapport 'Deel je rijk' is voor iedereen bruikbaar, vooral voor de overheid, ter inspiratie en om de discussie te voeden.

De Dienst Publiek en Communicatie (DPC) van het ministerie van Algemene Zaken signaleerde en duidde - in 2014 - 37 trends. Niet alleen nieuwe ontwikkelingen van de afgelopen jaren. Veel trends gaan langer terug; andere zijn vooral voorspelling voor de komende jaren. De trends zijn in kaart gebracht via deskresearch en expertinterviews.

Het rapport 'Deel je rijk' is vooral een uitnodiging aan iedereen die bij de overheid werkt om door te praten over hoe de overheid op actuele ontwikkelingen kan inspelen in haar communicatie. Naast het rapport zijn er ook trendkaarten ontwikkeld waarmee je de trends kunt toepassen in je eigen praktijk. Samenstellers zijn Rita Timmerman (onderzoeksadviseur bij DPC) en Jeanine Mies (MIES/tekst en training).

Netwerksamenleving, meer zelfredzaamheid, afnemend gezag, verwachtingenmanagement, andere bestuursstijlen. Een greep uit de 37 trends die gebundeld zijn in het trendrapport 'Deel je rijk'. Het rapport vindt nog steeds gretig aftrek, zelfs buiten Nederland. Twee jaar later blijft het nog steeds meer dan actueel.

De samenleving lijkt soms op een groot station zonder dienstregeling. Er zijn tientallen sporen, waarvandaan treinen vertrekken met onbekende bestemming. Waar gaan ze naartoe? Op welke trein zullen we stappen? Zo kun je ook om je heen kijken vanuit de overheidscommunicatie. Er zijn talloze trends, veranderingen voltrekken zich in razend tempo, maar welke gaan werkelijk invloed hebben op ons werk? Dit trendonderzoek helpt richting te geven. Dat is belangrijk als basis voor het jaarprogramma van de Voorlichtingsraad,

maar ook voor anderen: communicatiemedewerkers en beleidsmakers. We delen het graag, onder het motto van dit rapport 'deel je rijk'.

Willen we een dienstregeling of moeten we juist leren loslaten? Die vraag dringt zich op. Als de overheid ooit een monopolie op publieke taken of informatievoorziening had, dan heeft ze die positie nu verloren. Door de netwerksamenleving en de internetrevolutie organiseren burgers zichzelf steeds meer. Onze grote opgave is los te laten. Terwijl onze traditionele reflex is de regie te houden, nog meer te regelen. Natuurlijk moeten wij geen overheid worden die wegkijkt, die haar publieke taak verzaakt. Maar primair moeten wij burgers faciliteren die in vrijheid eigen keuzes maken, binnen de ruimte van het algemeen belang.

Laten we dus als we koersen op Rome, eerst maar eens naar Maastricht afreizen. Dan zien we onderweg wel verder. Ik hoop dat dit trendoverzicht inspireert en discussies binnen de overheid voedt. Dan heeft dit rapport alvast zijn bestemming bereikt.

*Erik den Hoedt
directeur Dienst Publiek en Communicatie
ministerie van Algemene Zaken*

Rapport: «Deel je rijk» 

Zeven concrete acties voor de communicatieadviseur op basis van het trendrapport:

1. **Medespelers** – breng in kaart wie dezelfde doelen wil bereiken als je eigen organisatie op jouw dossier: kun je daarmee samenwerken voor maatregelen en communicatie?
2. **Netwerk** – investeer in je netwerk en zorg dat anderen dat doen. Maak contact om te weten wat er speelt, en zoek nieuwe contacten zoals via platforms, over je grenzen heen
3. **Luister** – geef anderen de ruimte. Kun je onbevangen, onbevooroordeeld luisteren, zonder je eigen agenda in je achterhoofd?
4. **Allemaal woordvoerder** – iedereen communiceert. Hoe kun je bevorderen dat de organisatie zich communicatiever gedraagt?
5. **Keep it simple stupid** – houd vooral de publiekscommunicatie zo simpel mogelijk. Kan het nog eenvoudiger, kun je voorbeelden geven?
6. **Van vingertje naar helpende hand** – het effect van communicatie is beperkt. Kun je het mensen gemakkelijker maken het juiste gedrag te vertonen in plaats van ze te wijzen op het foute gedrag?
7. **Swiping** – tekst legt het af tegen beeld. Kun je je boodschap ook overbrengen met foto's, mindmaps, infographics, tweets of een beeldend/persoonlijk verhaal?

De zeven trendclusters uit het trendrapport

1. Minder rijk, meer eigen verantwoordelijkheid - wie moet/kan het doen?
Door bezuinigingen en een andere taakopvatting treedt de (Rijks)overheid terug. Mensen krijgen meer eigen verantwoordelijkheid. Dit vereist verwachtingenmanagement en het faciliteren van zelfredzaamheid. Tegelijkertijd blijft de traditionele rol van de overheid als vangnet actueel. Zeker voor laagopgeleiden, die minder goed in staat zijn om deel te nemen.
2. Van autoriteit naar netwerkspeler – hoe tel je mee?
Het gezag van traditionele instituten neemt af. Er is een netwerksamenleving ontstaan met meer horizontale en tijdelijke verbanden. Dit vergt meer verbindende bestuursstijlen, en vraagt van de overheid (één van de spelers) een andere manier van beleid maken en communiceren. Het debat speelt zich steeds meer in de media en de publieke ruimte af. Ideeën moeten in elk stadium worden uitgewisseld met de samenleving. Conversatie is naar mijn mening de centrale communicatiestijl: luisteren, monitoren, online en offline reageren, en informatie betekenis geven in contacten. Een opdracht voor communicatie én beleid. Communicatie is veel te belangrijk om alleen aan de Directie Communicatie over te laten.”
3. Meer openbaarheid – wat deel je?
De samenleving roept om een open overheid: transparantie over het beleid en verantwoording van afwegingen, keuzes en resultaten. De overheid moet informatie actiever openbaar maken en data beschikbaar stellen. Dit biedt niet alleen meer zicht op het functioneren van de overheid, maar ook mogelijkheden voor betere en nieuwe diensten.
4. Authentiek verhaal, ook elders verteld – hoe kom je over?
Er is behoefte aan een eigen visie en een kloppend en samenhangend verhaal van authentieke leiders. Dat authentieke verhaal wordt steeds meer ook via anderen gebracht. Soms zijn andere afzenders geloofwaardiger. De communicatiediscipline is meer en meer de verbinder.
5. Nieuwe betrokkenheid – wanneer doen mensen mee?
Buiten de overheid om ontplooiën mensen steeds meer initiatieven. Betrokkenheid uit zich ook in protest, saamhorigheid of via crowdsourcing. Als overheid kun je het best bij burgeracties aansluiten en bijdragen mogelijk maken: overheidsparticipatie dus. Ook voor gedragsbeïnvloeding is het raadzaam gedrag mogelijk te maken met voorzieningen.
6. Mind shift – welke kijk op de wereld?
Bezit is niet meer zaligmakend, bejaarden zitten niet meer achter de geraniums, een baan heb je niet meer van negen tot vijf op kantoor. Onze oude ‘waarheden’ vervagen. Ervoor in de plaats komen: delen van goederen en diensten, consuminderen, actieve ouderen en flexibeler werken.
7. Veranderende verbindingen – hoe bereiken we elkaar nog?
Mobiel internet groeit explosief. Beeld en infotainment worden belangrijker. Tv is nog steeds het grootste kanaal en is nog steeds relevant. Versplintering van het mediagebruik vraagt om een cross-mediale aanpak, waarin de kracht van elk medium wordt benut. Conversatie wordt de centrale communicatiestijl: online én offline. In contact en verhalen ontstaat betekenis. ●