

Auteur Bert Pol

CIW, wat bedoelen ze daar mee?

Wie aan een Nederlandse universiteit communicatiewetenschap wil gaan studeren, beschikt over de luxe dat zij of hij kan kiezen uit twee varianten. De ene heet Communicatiewetenschap, de andere Communicatie- en Informatiewetenschappen (doorgaans aangeduid als CIW). Wat is het verschil? In elk geval dat de eerste onderdeel is van de faculteit Sociale Wetenschappen en de tweede van de faculteit Geesteswetenschappen. De vraag die voor aankomende studenten relevant lijkt (of zou moeten zijn), is of je bij CIW andere kennis en vaardigheden opdoet dan bij een studie Communicatiewetenschap die je ook aan diverse Nederlandse universiteiten kan volgen? En of je na een studie Communicatiewetenschap een ander type communicatieprofessional bent dan na een studie CIW. Die vraag lijkt trouwens net zo goed relevant voor werkgevers: wat voor type professional heb je nodig met het oog op jouw specifieke problematiek? Welke levert de beste aanvulling op het bestaande team?

Maar wat is dan het verschil tussen beide varianten Communicatiewetenschap? De vraag wat CIW

is, speelt ook binnen de 'inner circle' van degenen die aan universiteiten werkzaam zijn in dat vak. Hij komt ook expliciet aan de orde in de inaugurele rede die Hans Hoeken op 2 november 2017 uitsprak bij de aanvaarding van de leeropdracht Communicatie- en Informatiewetenschappen in Utrecht.¹

Komt het verschil in herkomst – uit respectievelijk de sociaalwetenschappelijke en de geesteswetenschappelijke variant - tot uiting *in de onderwerpen* die bij CIW onderzocht en gedoceerd worden? In een helder en zowel lezens- als aanbevelingswaardig betoog zet Hoeken uiteen wat die onderwerpen zijn en waarop daarbij de focus ligt. Hij vat dat als volgt samen: "In mijn visie richten het onderwijs en het onderzoek binnen Communicatie- en Informatiewetenschappen zich op het beschrijven en verklaren van communicatie en mediagebruik vanuit een functioneel kader." Het gaat dus niet om communicatie op zichzelf, maar om de functie die het vervult. Wat wil de communicator ermee bereiken: overtuigen/beïnvloeden, mensen aan het denken zetten, etc. "De mate waarin mensen tevreden zijn over hun communicatie of mediagebruik, leiden ze af uit hun welbevinden." Draagt



het bij aan een goede stemming, of voorziet het in onze behoeften? Daarbij spelen ook 'kennis en waarden, de mogelijkheden van het medium en cultuur' een wezenlijke rol.

Verschillende faculteiten, verschillende onderwerpen?

Maar dat doet de sociaalwetenschappelijke Communicatiewetenschap ook. Ook daar wordt de relatie mens-media bestudeerd, ook in een functioneel kader, bijvoorbeeld beïnvloedende communicatie, communicatie over leefstijl, etc. In de keuze van de fenomenen die men bestudeert zit het onderscheid dus niet. Je zou denken dat het dan in de oriëntatie zit, waarbij de sociaalwetenschappelijke communicatiewetenschap zich primair richt op communicatie in een maatschappelijke context, of in de manier waarop mensen elkaar beïnvloeden. Maar dat blijkt CIW dan weer net zo goed te doen. CIW gaat in de definitie van Hoeken om communicatie 'in een functioneel kader', niet over communicatie als fenomeen. Bestudering van communicatie als fenomeen zou overigens niet zo'n gek idee zijn: we communiceren heel wat af met onszelf. In ons hoofd, soms ook hardop. Bovendien is er heel wat communicatie die nergens echt over gaat, maar meer een vorm van contact maken is: praatjes in de trein over het weer of een vertraging, gesprekken op verjaardagen, etc. Waarom doen we dat? Wat gebeurt er als we dat niet meer doen? Zou het helpen als we dat juist *meer* zouden doen: communiceren met geen ander doel dan sociaal contact maken? Het lijkt waarschijnlijk dat het – in lijn ➤

‘De sociale wetenschappen zoeken naar regulariteiten in gedrag, in de geesteswetenschappelijke traditie gaat het om interpreteren’

met Allports *contacthypothese*² - meer respect voor elkaar en elkaars mening in de hand werkt. Met andere woorden meer harmonie bewerkstelt?

Andere methodologie?

Het verschil tussen de geesteswetenschappelijke CIW en de sociaalwetenschappelijke Communicatiewetenschap lijkt dus niet te zitten in de fenomenen die men bestudeert en ook niet in het functionele kader waarbinnen dat plaatsvindt. Zit het dan in de methode die men gebruikt? Dat zou je verwachten bij zo'n nadrukkelijke positionering van CIW binnen de Geesteswetenschappen. In elk geval sinds de jaren '80 van de vorige eeuw zijn in de sociale wetenschappen andere methoden en technieken dominant dan in de geesteswetenschappen. De sociale wetenschappen zoeken naar regulariteiten in gedrag, bijvoorbeeld hoe mensen reageren op een sociale beïnvloedings-techniek als de *foot in the door*. Ze bestuderen of, in hoeverre en in welke situaties die techniek werkt. Daarbij maken ze gebruik van experimenten en statistische toetsingstechnieken. Die heb je ook nodig als je met een zeer grote mate van waarschijnlijkheid wil bewijzen dat zo'n techniek effectief is in een bepaalde context. Dus of er werkelijk sprake is van een gedragsregulariteit. In de geesteswetenschappelijke traditie gaat het om interpreteren. Er valt in historisch onderzoek of in literatuurstudies ook weinig of niets te bewijzen. Je kan alleen *aannemelijk* maken dat er een verband is tussen diverse literaire teksten, of waarom iets in het verleden gebeurd is. Bijvoorbeeld dat het aannemelijk is dat het Romeinse Rijk niet ten val kwam door decadentie, maar doordat uit verre gebieden die tot het Romeinse Rijk behoorden, soldaten terugkeerden die besmet waren geraakt met in het land van oorsprong onbekende virussen, waartegen men nog onvoldoende resistentie had opgebouwd. Maar is die interpretatieve invalshoek aanwezig bij CIW? Ik meen van niet. Men toetst ook daar onder experimentele condities, met

behulp van statistische technieken. Men zoekt ook daar naar regulariteiten in gedrag en beleving.

Discussie over wat CIW is

Is het erg dat er geen essentieel verschil valt te ontdekken tussen de geesteswetenschappelijke CIW en de sociaalwetenschappelijke Communicatiewetenschap? Eigenlijk niet, lijkt me. Maar waarom hecht CIW dan zo aan die positionering? Het is een vreemde contradictie: men wil zich onderscheiden, maar in de praktijk doet men dat niet.

CIW heeft nog flink werk aan het onderbouwen van haar specifieke, eigen plaats. Hoeken zegt tegen zijn CIW-vakgenoten in den lande: "Ik zie uit naar een constructieve discussie over wat CIW is." Ik ben benieuwd naar de uitkomsten van die discussie.

Onbegrijpelijk is waarom CIW nergens merkbaar interactie heeft met een zusterdiscipline binnen de geesteswetenschappen, de filosofie. Denkers als Wittgenstein, Foucault, Lyotard en Derrida hebben fundamentele problemen van menselijke communicatie aangesneden en verkend - zoals groepen die dezelfde taal spreken maar elkaars communicatie absoluut niet begrijpen: de boodschap wordt gehoord, maar dringt absoluut niet door. Dat is een fundamenteel maatschappelijk probleem dat dringend de aandacht van de communicatiewetenschap nodig heeft. Misschien een mooi profileringspunt voor CIW? ●

Literatuur

1. Hans Hoeken. *Communicatie in de 21^e eeuw*. Utrecht, 2017
2. Zie de klassieke studie van Gordon Allport, *The nature of prejudice* (1954). Op individueel niveau blijken contacten vaak effectief.

Net zo *allround* als Sven Kramer

Het gaat misschien wat ver om het communicatievak te vergelijken met topsport; op het eerste gezicht zijn er namelijk meer verschillen dan overeenkomsten. Toch durf ik het aan om, tegen de achtergrond van de Olympische Winterspelen, dit vergelijk te trekken.

Zo'n drieënhalve jaar geleden maakte ik de overstap van communicatie in het profvoetbal naar de minstens zo beweeglijke techwereld. In eerste instantie leken dat twee totaal gescheiden werelden; de één oer-Hollands met wekelijks terugkerende discussies aangezwengeld door 16 miljoen bondscoaches, de ander actief op alle continenten en dagelijks bekritiseerd door vriend en vijand in binnen- en buitenland.

De link tussen topsport en communicatie laat zich het best omschrijven aan de hand van het schaatsen. In februari kwam Sven Kramer in actie op de 5.000 meter; een gouden rit waarmee hij zijn olympische hat-trick voltooide. Kramer zien we als een echte klaskampioen die uitblinkt in meerdere disciplines - en laten we eerlijk zijn: we verwachten eigenlijk ook niets minder.

Net als schaatsers komen ook communicatieprofessionals in verschillende smaken, van allrounders tot specialisten. Bij mijn overstap van de KNVB naar Twitter een paar jaar geleden merkte ik dat buitenstaanders er vaak klakkeloos vanuit gaan dat de techreuzen een leger aan PR-mensen in dienst hebben; voor elk specialisme een eigen expert. Het tegenovergestelde is echter het geval. Juist deze bedrijven stappen af van de drukbezette communicatieafdelingen en focussen zich in toenemende mate op efficiëntie. Dat is logisch, want het belang van winstgevendheid is voelbaar in alle hoeken en gaten van de organisatie. De communicatieprofessional in deze nieuwe wereld heeft zich ontwikkeld tot een allrounder en

de echte specialist lijkt hiermee terrein te verliezen. Techbedrijven zijn meer en meer op zoek naar zogenaamde *agile*, oftewel behendige, medewerkers die verschillende disciplines beheersen en vlot kunnen schakelen, variërend van crisiscommunicatie tot productcommunicatie en corporate storytelling.

Omdat we opereren als dynamische duizendpoten is het maken van keuzes belangrijker dan ooit. Net zoals een olympisch sporter wedstrijden durft te laten gaan om te kunnen focussen op de discipline waarin hij of zij excelleert, worden ook wij gedwongen te kiezen voor zaken die echt het verschil maken. Van ons als communicatieprofessionals wordt misschien verwacht dat we alles kunnen, maar niet dat we alles *doen*. 'Nee' durven zeggen is een sport op zich, maar belangrijk is om niet alleen efficiënt te zijn, maar vooral ook te blijven. Communicatie managen bij een organisatie die permanent onder een vergrootglas ligt is namelijk eerder een marathon dan een sprint. Het doel is om die eindstreep te halen, niet alleen met een mooi resultaat maar bij voorkeur ook met voldoende energie voor de volgende wedstrijd.

Wil ik daarmee zeggen dat we allemaal (mijzelf inclusief) uitblinken in de verschillende facetten van ons vak? Nee, zeker niet. En gelukkig wordt dat ook niet van ons verwacht. Maar net zoals een goede topsporter betaamt, is het wel van belang dat we onszelf blijven prikkelen en uitdagen. Het speelveld ontwikkelt zich in een rap tempo en durven experimenteren houdt ons scherp. En als het dan onverhoopt toch een keer misgaat en we onder het toezend oog van heel Nederland die verkeerde baan pakken (want ja, ook wij maken fouten), worden we er god-zij-dank wat minder hard op afgerekend dan Sven.

En het stokje gaat naar...

De estafette is een column die elke keer door een andere persoon geschreven wordt. Marloes van der Laan geeft het estafettestokje door aan Hans van Kastel, woordvoerder van Schiphol.

