



Sofie van Bauwel, Elke van Damme en Hans Verstraeten (2010). *Diverse mediawerelden. Hedendaagse reflecties gebaseerd op het onderzoek van Frieda Saeys*. Gent, Academia Press. ISBN 978 90 3821 534 1. € 24,00

- In 2007 overleed hoogleraar Frieda Saeys. In haar onderzoek en onderwijs stond diversiteit centraal. En rond dit kernconcept is *Diverse mediawerelden* ook opgebouwd. Het boek neemt de lezer mee langs de vier thema's in het onderzoeksdomein van Saeys. Het behandelt de wereld van de media vanuit verschillende invalshoeken, op zowel macro- als micro-niveau, en biedt een overzicht van het hedendaags onderzoek rond deze thematiek. De eerste twee delen behandelen de audiovisuele mediastructuren, deel drie focust op de problematiek van media en etnische minderheden.



Menno Lanting (2010). *Connect! De impact van sociale netwerken op organisaties en leiderschap*. Amsterdam, Business Contact. ISBN 978 90 4700 306 9. € 22,50

- Online sociale netwerken spelen een steeds belangrijker rol in ons leven. Miljoenen mensen zijn virtueel met elkaar verbonden en leven in een open en onbegrensde wereld van samenwerking, creativiteit en communicatie. Deze ontwikkeling speelt zich vooral af in het privé-leven van mensen en staat haaks op hoe de meeste bedrijven nog georganiseerd zijn. Die werken nog met een strategie, cultuur en met processen die stammen uit de vorige eeuw. Daardoor dreigen zij de aansluiting met hun werknemers en consumenten te verliezen. Bedrijven die de kenmerken van de sociale netwerken adopteren, blijven bijzonder succesvol te zijn. Dat zijn de Connected! organisaties.

Ook verschenen

- Cees B.M. van Riel (2010, vierde geheel herziene druk). *Identiteit & imago*. Den Haag, Academic Service. ISBN 978 90 5261 764 0. € 44,95
- Wichert van Engelen (2010). *Brainstormen met resultaat. En het licht gaat aan*. Amsterdam, Pearson Education. ISBN 978 90 4301 815 9. € 24,95
- Marten Waardenburg (2010). *Communiceren over fuseren*. Alphen aan den Rijn, Kluwer. ISBN 978 90 1307 728 5. € 22,95

Het nieuwe praten

Organisaties veranderen in eenheden van een. En tegelijk heb je de massa nodig om daadwerkelijk iets tot stand te brengen. Hoe mobiliseer je krachten, versterk je de collectieve intelligentie en verspreid je het verandervirus?

In het boekje van een kleine 200 pagina's geven maar liefst dertig verschillende auteurs communicatieve tips om veranderingen succesvol in te voeren. Het is daarmee een bladerboekje dat veel aan je eigen verbeelding overlaat. Wordt het net spannend dan komt de volgende tipgever immers al weer langs razen.

Zappend blijf ik aan tip 40 plakken 'Doe wel en ziet niet om.' Gonnie Beens – met als intrigerend ondertitel *vrouw, moeder en ontdekkingsreiziger in de wereld van het mensperspectief in de verandering van Microsoft Nederland* – gaat op haar bladzijde in op de weerbarstigheden bij het invoeren van Het Nieuwe Werken. Heerlijk om eens geen eenzijdige goednieuwsshow te horen. Ze noemt herkenbare patronen die HNW in de weg staan. 'Je carrière zit gebakken als je zichtbaar bent.' 'Als ik thuis werk denken mijn burens dat ik werkloos ben. En dan moet ik ook ineens de wasmachine aanzetten en de vaatwasser uitpakken.' Het bespreekbaar maken van dergelijke patronen vraagt een geheel ander inzet van communicatie: durf te luisteren en weerbarstige onderwerpen op de agenda te zetten. Hoe doe je dat?

Ik blader door en kom via 'Luisteren is het nieuwe praten' en de lekkere onliner 'Jaknikkers zijn oliedom' op bladzijde 122 bij professor Homan. Hij introduceert het begrip 'betekeniswolk'. Betekeniswolken gaan over datgene wat er leeft in het informele circuit. 'De mannen spraken bij de pisbakken pas uit wat ze echt vonden van de manager en het verandertraject.' Homan houdt een pleidooi om die geluiden op te vangen. Hoe dat in zijn werk gaat, laat de professor van de OU helaas in het midden. Op naar tip 28 dan maar. Daar geeft Caroline Princen van ABN Amro het advies het geheugen te wantrouwen: 'Het zijn vaak taboes waardoor veranderingen in een organisatie niet stand komen. Zo doen we dat hier nu eenmaal. Het is nuttig om te zien wat er onder het tapijt



wordt gehouden en wat er een keer in een enorme explosie toch uitkomt.' Jammer wel dat ook zij niet de ruimte krijgt aan te geven hoe je dat dan doet, het demonteren van zo'n bermbom.

In een boekje dat de – oersaai – titel heeft *Communicatie en implementatie, met 50 tips van theorie naar praktijk*, verwacht je als lezer oerdegelijke, praktische handvatten. Die krijg je nauwelijks. Nu is het vooral een mijmerboekje.

U zult uw eigen invulling moeten geven aan een paar interessante gedachten. Na een uurtje zappen op de bank kriebelt het bij mij om aan de slag te gaan met betekeniswolken, smeulende brandjes, baanbrekende taboes. Te luisteren naar wat niet gezegd wordt. Hoe? Daar moet het volgende boekje dan maar over gaan.

Lambert Pater en Marielle Schuurman (2010). *Communicatie en implementatie. Met vijftig tips van theorie naar praktijk*. Den Haag, Boom Lemma. ISBN 978 90 473 0147 9. 192 blz. € 24,50

Frithjof de Haan