



Communicatief leiderschap

Door: Marianne van Duuren – Soms trekt de titel van een boek je; dat is hier het geval. Via internet heb ik het aangevraagd en zo ontving ik het boekje per post. Ik vroeg me af of er wel iets in het pakje zat. Uiteindelijk zat er wel iets in de doos, maar het verbaasde niet dat het een dun boekje was. Voor veel leidinggevendenden misschien juist de reden om er eens naar te grijpen.

Het heeft een overzichtelijke inhoudsopgave: Deel 1 en deel 2 waarbij het eerste deel ingaat op communicatie en wat daar lastig aan is en hoe communicatie in te zetten in het leiderschap.

Deel 2 is gevuld met 'hoe' hoofdstukken. Tools om goed te gaan communiceren staan hier beschreven. Hier worden vragen beantwoord die de auteurs zeggen in de praktijk te zijn tegengekomen.

Wat is nu communicatief leiderschap? Is een leider niet a priori een goede communicator? Is dat niet een van de competenties van een leider? Hier definiëren de auteurs het begrip communicatief leiderschap als leiderschap dat zich, via het stimuleren van interactie en het leggen van (externe en interne) verbindingen, richt op het faciliteren van communiceren om zo een communicatieve organisatie te realiseren. Met als uiteindelijk doel bij te dragen aan wat de organisatie wil zijn en bereiken. Deze laatste zin verwijst naar mijn idee inderdaad naar leiderschap, de zin daarvoor kan volgens mij zowel door managers als leiders worden uitgevoerd. Ik hoopte in het hoofdstuk 'van management naar communicatief leiderschap' de overgang getoond te zien tussen manager en leider. Dat is hier niet het geval. Wel wordt ingezoomd op het begrip communicatief leiderschap en aangegeven hoe een leidinggevende hieraan invulling kan geven. De titel van het hoofdstuk dekt daarmee naar mijn idee een andere lading.

Ik had verwacht dat in dit boek de communicatief leider zeer nadrukkelijk gebruik zou maken van de organisatiewaarden. Het gaat echter met regelmaat over persoonlijke waarden, maar de communicatieve organisatie en de communicatieve leider zou toch als uitgangspunt de organisatiewaarden moeten uitdragen en als uitgangspunt moeten nemen? Daaraan zou je de communicatieve leider van

de specifieke organisatie moeten kunnen herkennen lijkt me toch. Jammer dat in dit boek dit slechts marginaal aan de orde komt. Nu dacht ik een boek aangevraagd te hebben dat deze tijd als uitgangspunt neemt, immers het is gedateerd in 2013. Deze tijd waarin door het nieuwe werken, het anders organiseren, de participatie, het netwerken, organisaties steeds meer en steeds andere vormen lijken te gaan krijgen. Mensen die zich hiermee bezighouden, kijken hoe vanuit de huidige organisatie modellen of helemaal vanaf 'het niets' daarbij aan te haken of vorm te geven. In dit boek vind ik hierover niets, terwijl deze ontwikkelingen natuurlijk ook alles doen met communicatie. Rollen veranderen, communicatie krijgt andere betekenis en vorm. De rol van de leidinggevende zoals die in dit boek wordt beschreven lijkt nog heel erg geënt op het meer tayloriaanse denken en lijkt geschreven vanuit het perspectief van de 'hark'. Misschien logisch, maar juist bij dit onderwerp zouden daar kritische kanttekeningen of duidingen van de nieuwe tijd kunnen worden besproken.

Wil dit nu zeggen dat ik dit geen zinnig boek vind? Op onderdelen vind ik dit een zinnig boek. Heel mooi vind ik het inzicht dat de meeste betekenisgeving – en we weten hoe belangrijk betekenisgeving is – in het informele circuit plaatsvindt. Hoe formeler de interventie, hoe groter de kans dat de betekenisgeving juist daarbuiten plaatsvindt! Dat pleit voor benen-op-tafel-overleg of informele lunches. Veel mensen zullen zich wellicht dan ook afvragen op welke manier de informele communicatie binnen de organisatie, die het meest invloedrijk is, te gebruiken of in te zetten. We vinden hier een paar mooie voorbeelden en suggesties voor. En zo zijn er meer inzichten die de moeite van het lezen waard zijn. Moet je het daarvoor aanschaffen? Ik zou zeggen ik leen mijn exemplaar graag uit!

*Marianne van Duuren @MEvanDuuren
Maatschap van Duuren, van Zuylen & partners
W: dzmaatschap.nl*

Communicatief leiderschap; Succesvol communiceren in organisaties | Conny de Laat en Erik Reijnders | 2013 | VanGorcum | ISBN: 97 8902 32 515 38