



**Auteur:** Huib Veldhuijsen

**Functie:** communicatie adviseur

**Werkzaam bij:** Perduco Communicatie

Perduco Communicatie is een communicatie adviesbureau en is gespecialiseerd in conceptontwikkeling, projectmanagement en imagomanagement.

Reageren?

E: [info@perduco.nl](mailto:info@perduco.nl)

W: [www.perduco.nl](http://www.perduco.nl)

## Kwaliteit in communicatie onderscheidt zich door smaak.

### *Definitie*

De *definitie* van kwaliteit in communicatie verliest in waarde bij de vele toepassingen van het begrip communicatie zelf.

Ten onrechte wordt communicatie vaak geassocieerd met de definitie - marketing -. Er zijn natuurlijk meerdere communicatie betekenissen. Als in één vak echter duidelijkheid over de definitie had mogen bestaan zou dat wel in het vak Communicatie zelf moeten zijn.

Van Dale geeft de volgende uitleg bij eenzijdige communicatie:

- kennis geven van
- in verbinding staan met en tot slot
- het uitwisselen van gedachten .

### *Heldere taal*

Om te kunnen communiceren moet er een taal worden gesproken (en verstaan). Een werkelijke taal, Nederlands bijvoorbeeld. Verwacht mag worden dat deze taal goed beheerst wordt. Maar ook dat de woorden gedoseerd en met smaak worden toegepast. Heldere taal.

Vervolgens heeft de te communiceren taal ook nog eens inhoudelijk betekenis.

### *Communiceren*

Wanneer men overtuigd moet worden om eerst de boodschap te *willen* gaan lezen, vervolgens de inhoud zelf moet worden *ontvangen* en ten derde misschien ook nog *overtuigd* moet raken van deze inhoud is het een complex vakgebied.

Om het vak nog complexer te maken kan hier de zich steeds ontwikkelende media aan worden toegevoegd. Immers is het medium niet langer louter de billboard en de flyer maar mogen ook sms-berichten, internet, e-zines en ook events tot de media worden gerekend.

Waar in het verleden de minstreel plaats maakte voor de smartlap, maakt de smartlap plaats voor de rapper. En maakt de zich versnipperende televisie plaats voor breaking nieuws op multifunctionele mobieltjes.

Tussen alle om aandacht schreeuwende media wordt het vak gelukkig ook eenvoudiger gemaakt.

Direct communiceren, één op één naar diegene van wie je wil dat die de boodschap ontvangt. Doe dát met smaak, doe dat gedoseerd en sta open voor berichten en de wens van de ontvanger.

Waar leert men nog communiceren als alle opleidingen al over elkaar struikelen? Wat moet nog de basiskennis zijn als ook de toe te passen media voortdurend veranderen?

De School voor de Grafische Vakken liet leerlingen tekstzetten terwijl journalisten nu met hun laptop de tekst schrijven en het document alleen nog ingekort hoeft te worden naar de beschikbare redactionele ruimte.

De school is inmiddels samen gegaan met de School voor Mode en kleding en heeft een overeenkomst gevonden in het ontwikkelen van smaak. De School voor Fotografie en Fotonica is inmiddels een afdeling van de Koninklijke Academie voor Beeldende Kunsten. Ook hier lijkt het ontwikkelen van smaak de rode draad in beide disciplines.

Het bouwen van websites is een vanzelfsprekende kennis geworden waarbij de nadruk is komen te liggen op het weergeven van de look and feel van een organisatie.

## Visie

Ik ben er dan ook van overtuigd dat communicatieadviseurs zich, buiten het bieden van technische en theoretische kennis, vooral kunnen onderscheiden met het adviseren in **smaak**.

Over de kwaliteit van smaak valt niet te twisten, maar resultaten zijn gelukkig meetbaar.

Huib Veldhuijsen