

Anerkendende kommunikation – at få de andre med

Når I tilrettelægger den kommunikation, I vil bruge til at informere jeres kolleger om noget, kan I bruge nedenstående kommunikationsmodel.

Det er altså væsentligt at overveje:

Hvem kommunikerer I med?

Hvor og *hvornår* skal kommunikationen foregå?

Hvad er jeres overordnede *budskab*?

Hvilke *virkemidler* vil I bruge?

Hvilket *eksempel* kan illustrere jeres pointe?



Figur: Kommunikationsmodellen (Harbohus)

Hvem?

Find ud af, hvem I vil informere. Vil I informere en kollega eller en med en anden faglig baggrund? Er det en i jeres egen gruppe eller en anden? Er det bare en enkelt person eller er der flere? Er det en leder eller er det en medarbejder? Hvad har stor betydning for dem / ham / hende, I vil informere?

Hvor og hvornår?

Vil I informere skriftligt eller mundtligt? Skal det være i et nyhedsbrev eller på en seddel på opslagstavlen? Vil I lave en folder, et møde, et radiospot, en artikel eller noget andet? Skal det være til et planlagt møde eller når I tilfældigt ses? Hvor længe skal I bruge? Hvor lang er jeres tekst? Hvornår udkommer det medie, I vælger? I kan godt vælge flere steder og tidspunkter. Hvad er mon det mest hensigtsmæssige i netop denne situation?

Hvilket budskab?

Her skal I gøre det klart, hvad budskabet og hensigten er. Hvad er det egentligt, I gerne vil sige, og hvilken effekt ønsker I? Vil I bede nogen om at gøre noget, tage stilling til noget, eller vil I blot informere? Ønsker I at høre nogens mening? Vil I gerne inspirere, provokere, interessere, glæde eller noget andet?

Hvilke virkemidler?

Hvad kan I bruge til at styrke jeres information? Skal I bruge tusser og flipover til mødet? Hvilke argumenter kan I finde på? Hvordan skal stolene stå? Er der nogen, der kan hjælpe jer? Hvordan kan I sikre jer, at jeres information står stærkest muligt?

Hvilke eksempler?

Det er en god idé at gøre sagen helt konkret og så nem at forstå som muligt. Hvilke gode eksempler, forklaringer eller historier kan I fortælle, som vil give mening for den, I vil informere? Hvad vil modtageren lægge særlig vægt på og hvordan kan I bruge historiefortælling? Ofte findes der betydningsfulde ting i detaljerne, så hvilket eksempel vil I bruge i dette tilfælde?

Når I har været hele vejen rundt, kan I med fordel gå modellen igennem igen, så I sikrer jer, at det hele hænger sammen.

I kan bruge *kommunikationsmodellen* når I vil planlægge jeres kommunikation til kollegerne.