

Kommunikation i teori og praksis

Vores grundlæggende forståelse af kommunikation præger vores måde at kommunikere på. Når vi hører en person sige: "Det, har du opfattet forkert", så ligger der en bestemt kommunikationsteori bag sådan et udsagn. Når vi hører en person spørge: "Hvordan har du forstået det, jeg lige har sagt?", så ligger der en anden kommunikationsteori bag.

Kommunikation som transport af budskab eller proces

Grundlæggende kan vi tale om to forskellige kommunikationsteorier. To forskellige måder vi kan opfatte kommunikation på.

1. Vi kan opfatte kommunikation som et budskab, der bliver sendt fra en afsender til en modtager. Her er tale om envejskommunikation. I denne teori er det afsenderen, der bestemmer, hvad budskabet betyder. Afsender pakker budskabet ind som en gave i ord og billeder og sender det til modtageren. Afsenderen forventer, at modtageren pakker gaven ud og forstår budskabet på samme måde, som han selv gør. Når budskabet er forstået, gør modtageren det, som budskabet lægger op til, at der skal gøres. Og dermed opnår afsenderen den ønskede effekt af sin kommunikation. Hvis modtageren opfatter budskabet på en anden måde end tiltænkt, så har modtageren misforstået det. Hvis du ind imellem tænker: "Det er da underligt. Hvorfor gør mine medarbejdere ikke det, som jeg klart og tydeligt har skrevet til dem, at de skal gøre". Så er det denne teori, der ligger bag dine tanker.
2. Vi kan opfatte kommunikation som en proces, som afsender og modtager skaber sammen. Afsender og modtager bytter roller hele tiden. De er på skift enten afsender eller modtager i en ligeværdig kommunikationsproces. Her er tale om tovejskommunikation. I denne teori er det modtageren, der bestemmer, hvad budskabet betyder. Når vi anerkender, at det er modtageren, der bestemmer, hvad budskabet betyder, accepterer vi, at vores budskab kan forstås på mange måder. Vi må derfor spørge ind til, hvordan modtageren opfatter det, vi har sagt. Og det kan godt være, at det ligger langt fra det, vi havde til hensigt at kommunikere. Det afhænger blandt andet af, hvordan modtagerens "mentale kort over verden" ser ud, og hvilken kontekst samtalen foregår i. Hvis du ind imellem tænker: "Jeg må hellere indkalde mine medarbejdere til et møde, så vi sammen kan finde ud af, hvordan vi hver især fortolker den mail, der er kommet fra direktøren". Så er det denne teori, der ligger bag dine tanker.

Hvordan tænker du om kommunikation, og hvilke udfordringer giver det dig?

Sæt modtageren i centrum

Hvis du oplever, at dine meddelelser bliver misforstået, kan du forbedre din kommunikation ved at sætte dig i modtagerens sted. Du kan spørge dig selv: Hvor vigtigt er emnet for modtageren? Hvad er hendes viden om og holdning til emnet? Hvad er mit budskab til modtageren? Hvad skal hun vide, føle, tænke og gøre, når hun har læst budskabet? Og selv om du gør dig umage med at tilpasse budskabet til modtageren, så kan du ikke vide, hvordan det bliver fortolket, medmindre du spørger. Vi mennesker filtrerer nemlig budskaber og fortolker på baggrund af vores erfaringer, og derfor kan et budskab, som sendes ud til 20 personer, blive opfattet på 20 forskellige måder. Inden du skriver en mail og trykker på "send" næste gang, så tænk over, om du sender på den rigtige kanal, eller om et møde face-to-face vil være en bedre måde at kommunikere på.