

Hilst

Essay

Beroepstrots

Daar kun je op bouwen!



Geschreven door

Betteke van Ruler, maart 2024

Waarom ik dit essay schreef

Na dertien jaar in de voorlichting deed ik in 1981-1982 de opleiding Public Relations bij Henk van der Hilst. Eén van de weinige vakopleidingen in die tijd, en dan ook nog eens op wisselende locaties, altijd bij organisaties binnen. Het leek er ineens op dat ik een vak had in plaats van dat ik gewoon leuke dingen deed. Toen kort daarna de opleiding Communicatiewetenschap van start ging bij de Radboud Universiteit in Nijmegen, was dat voor mij de volgende eye-opener. Veel van mijn praktijkvragen en -dilemma's leerde ik plaatsen en beredeneren. Ook kreeg ik antwoord op de vragen hoe communicatie werkt en hoe je daarin kunt sturen. Dat heeft me nooit meer losgelaten.

Nu, bijna 45 jaar later, bestaat Van der Hilst 50 jaar. Generaties communicatieprofessionals zijn door Van der Hilst opgeleid. Inmiddels zijn er heel veel HBO- en WO-opleidingen en kun je overal allerlei cursussen en trainingen doen. We hebben een beroepsgroep van pakweg 100.000 personen. Het is dus echt een beroep*. Tegelijkertijd knaagt er iets. Ik blijf horen dat anderen niet goed snappen wat ons vak te bieden heeft. Maar ook dat we het zelf niet precies weten. We rennen ons een slag in de rondte, maar doen we wel wat echt belangrijk is? Wat is dat nou voor vak? Is het dan wel een vak? Toen ik in het najaar van 2023 bij Van der Hilst op bezoek was om een video op te nemen over mijn nieuwe boek, *Strategisch Communicatie Frame II*, zei ik tegen Simone Dorreboom, eigenaar van Van der Hilst: 'We zouden wel iets trotser mogen zijn op ons mooie vak, ik mis beroepstrots.'

'Beroepstrots?', reageerde Simone, 'Daar sla ik wel op aan, maar wat is dat eigenlijk en hoe krijg je dat?'. Dus ben ik gaan uitzoeken wat onder beroepstrots wordt verstaan en hoe het ontstaat. Als ode aan 50 jaar Van der Hilst.



Trots zijn is goed

Wij zeggen al snel: doe maar gewoon, anders ga je nog naast je schoenen lopen. De Griekse filosoof Aristoteles zag trots evenwel als een deugd, en net als de hedendaagse auteurs van *Beroepstrots, een ongekende kracht* zeggen, als eentje met impact. Want wie trots is, doet grootse dingen, verricht zaken van belang, zei Aristoteles. Er is wel een 'maar' aan die trots, zei hij erbij. Wie een uitstekende prestatie levert, maar die niet uitdraagt en van anderen daarvoor geen erkenning vraagt, is alleen maar nederig. Maar wie zichzelf ten onrechte grootse prestaties toedicht, is volgens Aristoteles alleen maar verwaand.

Je ben trots op je werk als je vindt dat het van belang en betekenis is en als je vindt dat je het deskundig en naar eer en geweten uitvoert, stellen de auteurs van *Beroepstrots, een ongekende kracht*. Beroepstrots is een krachtig instrument, zeggen zij, dat tot echte verandering leidt. Trots begint met trots op wat je doet, met zelfwaardering. Maar daarmee ben je er niet, zeggen zij. Je kunt namelijk pas trots zijn als je ook waardering krijgt van anderen voor je inzet en je prestaties. Als je die waardering niet krijgt, heb je volgens hen uiteindelijk vooral last van beroepszeer.

Hoe zit dat in ons beroep? Toen ik op het Logeion eindejaarscollege 2023 aan de zaal vroeg waar zij het afgelopen jaar trots op waren, maakte ik de tongen los. We zijn niet geneigd ons daarvoor op de borst te kloppen, maar ik zie wel degelijk zelfwaardering en in organisaties kom ik ook waardering door anderen tegen. Maar tegelijkertijd zie ik ook veel aarzeling. Zijn we wel trots op onze bijdrage(n) en worden we wel gewaardeerd voor de juiste dingen? Wat vinden wij zelf dat bij ons vak hoort? En hoe denken anderen daarover? Dat zijn vragen die horen bij de identiteit van ons beroep en het beeld dat anderen ervan hebben. En dat is allebei niet erg scherp.

Hoe kom je aan beroepstrots



Er loopt allerlei onderzoek naar beroepstrots. Een bekend onderzoek is dat van Howard Gardner en zijn *Good Work Project*. Waardevol werk ('goed werk' dekt de lading onvoldoende) is vakbekwaam, integer en betrokken je werk kunnen doen, zegt Gardner. Dat is een natuurlijke wens van velen, maar het lukt lang niet iedereen om zo in zijn of haar werk te staan. Volgens Gardner komt dat omdat niet is voldaan aan één of meer van de vier criteria van waardevol werk. Allereerst moeten er duidelijke criteria zijn over wat vakbekwaamheid is en wanneer je dat bent; ten tweede moeten die ideeën over vakbekwaamheid worden bekrachtigd door de beroepsgroep als geheel; ten derde moeten die verinnerlijkt worden door de beroepsbeoefenaren waardoor het een natuurlijke manier van handelen wordt; ten vierde moeten die niet worden tegengewerkt door externe krachten binnen de organisatie of daarbuiten. Pas dan kun je voluit zeggen dat je waardevol werk doet.

Het staat er makkelijk, maar de meeste van deze criteria heb je als individu of als team niet in de hand. Volgens Gardner is dat inderdaad een samenspel van:

- 1. Jij als professional:**
Hoe jij je laat zien, levert jou je identiteit als professional.
- 2. De beroepsgroep als geheel:**
Hoe de beroepsgroep als geheel zich laat zien, levert de identiteit van het beroep op.
- 3. Kwaliteitsnormen binnen en buiten het beroep:**
Zijn die er en zo ja, hoe dragen die bij aan de maatschappelijke discussie over de vraag wat waardevol is aan dit type werk.
- 4. De erkenning van anderen:**
Levert op dat jij als professional en wij als hele beroepsgroep van mening kunnen zijn dat we waardevol werk doen.

Deze vierdeling komt in min of meer dezelfde bewoordingen terug in vrijwel alle onderzoeken naar waardevol werk, naar beroepsontwikkeling of naar professionalisering van een vakgebied. Ik bespreek ze hieronder alle vier.

Jij als professional

Manon Ruijters promoveerde op wat zij noemt 'professionele identiteit in organisaties' en brengt dat via haar bureau in praktijk. Identiteit, zegt zij, is wat je van jezelf laat zien. Daaraan leest een ander af wie jij bent. Bij professionele identiteit gaat het dan om de vraag hoe je je als professional laat zien waardoor een ander kan aflezen wie jij als professional bent. Wanneer iemand gezien wordt als een professional* is overigens bepaald niet duidelijk (zie één van de laatste pagina's van dit essay), maar één ding is zeker: een professional is een 'service worker, never a servant', zegt professionaliseringsdeskundige van de Hogeschool Utrecht Ed de Jonge in zijn proefschrift.

Je professionele identiteit ontwikkelt zich, zegt Ruijters. Dat gebeurt automatisch als je na moet denken hoe je een opdracht het beste zou kunnen aanpakken. Men zegt niet voor niets dat je vliegreuen nodig hebt om topkwaliteit te leveren. Maar, zegt zij, je moet jezelf ook de ruimte geven om steeds weer te reflecteren op hoe je iets aanpakt en daar ook echt van leren. Daarmee toon je aan dat je jezelf wilt verbeteren. Zij noemt dat je ontwikkelidentiteit. En als laatste ziet zij leiderschap als belangrijk onderdeel van professionele identiteit. Daarmee bedoelt zij hoe jij vanuit je vak je invloed laat gelden om een opgave verder te helpen. Daarin toon je wat jouw vak te bieden heeft. Samenvattend vullen deze aspecten jouw professionele identiteit: hoe je opgaven aanpakt, hoe je laat zien dat je je ontwikkelt en hoe je leiderschap toont vanuit je vak.

Ook dat staat er gemakkelijk, maar om te bepalen of wat je doet waardevol is, heb je natuurlijk wel normen nodig. Anders kun je er niets over zeggen, ook niet tegenover jezelf. En de normen die jij daarvoor hebt, zijn niet automatisch de normen van een ander. Als er geen consensus over die normen is, dan zul je jouw ideeën steeds weer moeten bevechten. Ik zie dat in ons vakgebied vaak gebeuren.

De beroepsgroep als geheel

Je professionele identiteit is de 'kleur' die jij als professional aan je vak geeft. Daar is niets mis mee, tenzij er geen of een onduidelijke relatie is met het grotere verhaal over jouw beroep. Dat noemt Ruijters je beroepsidentiteit, 'je beroep beleven'. Beroepsidentiteit geeft je houvast om te bepalen of je het goede doet en dat op de beste manier doet, zegt zij. Daaraan ontleen je dus normen. Om je eigen ideeën hierover te ontwikkelen, helpt het als er een formele beroepsidentiteit is. Met heldere beroepsprofielen, een eigen *Body of Knowledge and Skills*, specifieke competenties en voor het beroep kenmerkende waarden en normen. Maar ook controlemechanismen (bijvoorbeeld via een code) waarin is opgenomen hoe je je beroep goed uitoefent en wat er gebeurt als je dat niet doet. Een formele beroepsidentiteit is te zien als de beroepsidentiteit van het collectief, de beroepsgroep als geheel.

In veel beroepen ontbreekt zo'n formele beroepsidentiteit, zegt Ruijters (2023, p.81). "De praktijk laat vrij helder zien wat de gevolgen zijn als je je niet kunt identificeren met een geformaliseerde beroepsidentiteit. Dan weet je niet waartoe je je moet en kunt verhouden, en dan is er weinig dat je beroepstrots houvast geeft." Een individuele beroepsidentiteit draagt bij aan een individuele professionele identiteit. Zo'n beroepsidentiteit ontwikkel je gemakkelijker als je houvast vindt in een formele beroepsidentiteit. En die komt voornamelijk van opleidingsinstituten en beroepsverenigingen. Normaal gesproken worden die gecreëerd door de beroepsbeoefenaren zelf, wij dus.

Het onderzoek van het *Good Work Project* is hier ook duidelijk over. Een belangrijke factor voor de beroepsidentiteit blijkt de mate waarin de leden van de beroepsgroep min of meer hetzelfde belangrijk vinden en op soortgelijke wijze optreden. Uit een deelonderzoek onder (Amerikaanse) journalisten bleek dat veel journalisten zich gedwarsboemd voelden om hun werk te doen op een manier die zij waardevol vonden. De onderzoekers wijten dit aan een gebrek aan onderlinge afstemming van wat onder waardevol wordt verstaan.

Kwaliteitsnormen

In al het onderzoek naar beroepen wordt nadruk gelegd op de ontwikkeling van kwaliteitsnormen en bijbehorende controlemechanismen. Het Britse Certified Institute of Public Relations CIPR en de Deutsche Rat für Public Relations zijn hiervan mooie voorbeelden en ook de Global Alliance for Public Relations and Communication Management (vereniging van nationale beroepsverenigingen) doet goed werk.

Vakmanschap wordt wel gezien als de technische normen van een beroep: wat kun je in een bepaalde situatie het beste doen en hoe bepaal je of je effectief bezig bent. In ons communicatievak is vrij uitvoerig beschreven hoe je dingen aanpakt, al is dat niet altijd even methodisch. Maar we hebben heel weinig aandacht voor de effectiviteit van ons werk. Het problematische daarvan is dat je dan slecht aan anderen kunt laten zien wat jouw vakgebied bijdraagt.

De andere kant van kwaliteit gaat over morele normen. Dit thema dringt zich ook in ons vakgebied sterk op. Inge Wallage, directeur marketing en communicatie van de Wageningen Universiteit, zette eind 2023 de toon met een reeks podcasts over de vraag of en zo ja hoe wij als beroepsgroep kunnen bijdragen om de wereld duurzamer te maken. Esther Bunnik van de Vereniging van Nederlandse Gemeenten stelde daarin de vraag of wij als beroepsgroep onderdeel zijn geweest van de sociale crises in ons land én of wij ook onderdeel kunnen zijn van de oplossing. De onderliggende vraag die hierbij steeds weer opduikt is: voor wie of wat doen wij ons werk eigenlijk?

Uit het Good Work Project wordt duidelijk dat beroepstrots het vaakst voorkomt als er duidelijke en sterke normen zijn over wat wenselijk gedrag is en die normen bekrachtigd worden door een betrokken beroepsgemeenschap. Dan kunnen de leden van de beroepsgroep zich namelijk beter verweren tegen opdrachten en externe krachten die hen ervan weerhouden te doen wat zij zinvol vinden om te doen. Kwaliteitsnormen doen er dus toe.

Erkenning van je vak

Een vierde aspect van de ontwikkeling van beroepstrots zit in de erkenning van anderen dat jouw vak waardevol is. Dat geldt allereerst voor de erkenning van naast-hogeren, opdrachtgevers en anderen in de organisatie waarmee jij werkt. Karel Winkelaar, auteur van *De communicatieadviseur, naar een strategische positie* in de organisatie, beschrijft in zijn boek een top-10 van frustraties van managers. Zij vinden vaak dat hun communicatieadviseurs slecht zijn geïnformeerd, te zacht en te weinig proactief zijn, niet strategisch en soms zelfs een hindermacht. De coronacrisis heeft beslist waardering gegeven voor ons vak, maar het is de vraag of dat beklijft en of dat wel ging over de zaken die wij als beroepsgroep belangrijk vinden.

Het beroepsbeeld dat al die personen hebben, wordt niet alleen gevoed door wat jij of jullie als team laten zien, maar ook door het algemene beeld van ons beroep in de samenleving. Ik ken geen Nederlands onderzoek daarnaar. Maar het is op z'n minst opvallend dat er weinig over ons beroep wordt geschreven in de managementliteratuur en op blogs over organisatiekwesaties. In de algemene pers komt ons vak ook vrijwel niet voor, behalve af en toe in een bijzin en dan meestal negatief. Politici roepen met regelmaat 'waar al die voorlichters toch goed voor zijn?'. Toen ons land ruim tien jaar geleden in een grote recessie zat, werden veel communicatieafdelingen akelig gemakkelijk bijna gehalveerd.

In de beroepsprestigeladder van beroepen uit 2016 (een nieuwere heb ik niet kunnen vinden) staat ons vakgebied op 57, onder de noemer 'bedrijfsvoorlichter'. Onderzoek in Duitsland liet overigens zien dat het algemene publiek helemaal niet zo negatief is over het communicatievak, al heeft vrijwel niemand een helder beeld van ons vak. Mijn eigen ervaring is dat het management in de organisaties waar ik kom doorgaans positiever is over het communicatieteam dan het team zelf voor mogelijk houdt. Maar eveneens dat ook zij niet goed weten wat het communicatievak nu eigenlijk inhoudt.

Ons beroep, dat maken we samen

Pfff, als je zo op een rijtje ziet waardoor beroepstrots wordt veroorzaakt, dan is dat best een complex beeld. We kunnen echter wel degelijk een hoop zelf doen om waar nodig en gewenst de beroepstrots in ons vak te verbeteren. Ook al zijn het kleine stapjes.

Reflecteer regelmatig met collega's op de vragen uit dit essay. Vraag ook eens aan opdrachtgevers hoe zij erover denken, wat zij waarderen en wat ze minder vinden, bijvoorbeeld aan de hand van het model van het Communicatiehuis uit **Communicatie in positie in 3 stappen**. Zeker omdat ons vak zo snel verandert, mogen opleidingsinstituten van mij veel vaker en structureler het voortouw nemen in de discussie over de versterking van de beroepsidentiteit van ons vak. Zij zijn er dagelijks mee bezig, maar laten zich hierover veel te weinig horen. Het is een belangrijke taak van de beroepsverenigingen (dat zijn wij, opleiders en professionals, zelf!) om de discussie daarover en de formalisering ervan structureel op de agenda te houden en samen de betekenis van ons vak aan anderen te laten zien. Ik zou willen dat Logeion hier veel meer het voortouw in nam. En dan de ontwikkeling van normen. Ik zie een belangrijke rol van de wetenschap om samen met opleiders en professionals de vaktechnische en morele kwaliteitsnormen verder uiteen te zetten. Gelukkig zijn met name de wetenschappers in de kennisnetwerken van de hogescholen hier in toenemende mate mee bezig. Maar ze treden nog erg weinig structureel naar buiten.

Ondertussen is het leuk om als opwarmer voor al deze kwesties 'slim te sleutelen aan je eigen baan', zoals communicatiewetenschapper Mark van Vuuren en organisatiewetenschapper Luc Dorenbosch aanbevelen in hun boek **Mooier werk**. Over hoe je je dagelijkse werk betekenisvoller kan laten worden. Een heerlijk vrolijk makend boek vol met vragen en oefeningetjes. Die zijn nuttig voor je eigen werk en voor ons gezamenlijke beroep. Want een beroep, dat bouw je met elkaar.

Geraadpleegde bronnen

- Gardner, Howard, Mihaly Csikszentmihalyi en William Damon (2009). Het GoodWorkProject, enkele resultaten van vijftien jaar onderzoek, in Jansen, Van den Brink en Kole (red.) (2009), p. 48-76.
- Jacobs, Gaby, Ruud Meij, Han Tenwolde en Yanaika Zomer (2008). Goed werk, verkenningen van normatieve professionalisering. Uitgeverij SWP.
- Jansen, Thijs, Gabriël van den Brink en Jos Kole (red.) (2009). Beroepstrots, een ongekende kracht. Boom uitgevers.
- Jonge, Ed de (2015). Beelden van de professional, inspiratiebronnen voor professionalisering. Uitgeverij Eburon (proefschrift).
- Korsten, Arno (2017). De Top-100 op de beroepsprestigeschaal. Zie www.arnokorsten.nl
- Maister, David H. (1997). Een echte professional. Academic Service.
- Ruijters, Manon (red.) (2016). Je binnenste buiten. Over professionele identiteit in organisaties. Vakmedianet.
- Ruijters, Manon (2016/2020). Professionele identiteit. Professionals onnodig kopje onder in organisaties. Whitepaper-Professionele-identiteit-januari-2020-online.pdf (goodworkcompany.nl)
- Ruijters Manon, Luin Gerritjan van, Niek van Benthum. Bierlaagh en collega's (2023). Stevig (leren) staan. Aan de slag met professionele identiteit in beroep en opleiding. Boom uitgevers.
- Ruler, Betteke van (2018). Communicatie in positie in 3 stappen. Boom uitgevers.
- Schön, D.A. (1987). Educating the reflective practitioner: Toward a new design for teaching and learning in the professions. Jossey-Bass Publishers.
- Vuuren, Mark van en Dorrenbosch Luc. Mooier werk. Slim sleutelen aan een baan op maat. Boom.
- Winkelaar, Karel (2018). De communicatieadviseur, naar een strategische positie in de organisatie. Vakmedianet.

Gehanteerde definities

Om de snelheid van het essay niet te hinderen, heb ik een aantal begrippen niet in de tekst zelf gedefinieerd. Hier wil ik graag uitleggen wat ik ermee bedoel.

***Beroep.** We spreken over een beroep of een vak als er sprake is van een samenhangend geheel van arbeidstaken die voor de uitvoering bepaalde vakkennis vereisen, dat los van de individuele beroepsbeoefenaar kan voortbestaan en voor anderen herkenbaar is. Beroep of vak zijn voor mij dus ongeveer hetzelfde en ik gebruik ze door elkaar.

***Professional.** Een professional is iemand die vanuit een vakgebied diensten levert en vanuit dat vakgebied bepaalt wat zinvol is om in een bepaalde situatie te doen. Ed de Jonge promoveerde op de vraag wat een professional is en stelt dat een professional in elk geval een 'service worker' is, nooit een 'servant'. Ik noem dat graag 'niet slaafs maar professioneel dienstbaar'. Maar daarna is het lastig om goed te definiëren wat een professional is, schrijft De Jonge. Het is maar hoe erover wordt gedacht. Maister, bijvoorbeeld, heeft het over de professional die al haar creativiteit en innovatie inzet om de cliënt te bevredigen. Schön heeft het over de professional die altijd reflecteert op de vraag of wat zij bedenkt en doet wel echt oplevert wat zij ervan verwacht. In de psychologie wordt iemand als een professional gezien als die wetenschappelijk onderbouwde methodieken inzet. Anderen vinden iemand een professional als die haar / zijn kwaliteiten inzet om de wereld een beetje beter te maken. Dat heet dan wel de normatieve professional. Weer anderen zeggen dat je een professional bent als je vooral ondernemend bent en proactief van alles uitprobeert.

Ik volg Manon Ruijters, zij zegt dat een professional iemand is die ervoor kiest en zich toelegt om met behulp van specialistische kennis en ervaring, klanten op een competente en integere manier steeds beter van dienst te zijn. Daarbij maakt een professional gebruik van, en draagt actief bij aan, een gemeenschap van medeprofessionals die het vak bij voortduring ontwikkelen. (2023, p.51).

Bio Betteke van Ruler

Betteke van Ruler is een communicatiewetenschapper, die graag een brug slaat tussen theorie en praktijk. Zij is docent in hart en nieren en bedenkt graag modellen en methodes, die de dagelijkse praktijk van communicatieprofessionals efficiënter en effectiever maken.

Haar meest recente boeken zijn:

- *Strategisch Communicatie Frame II (2023)*
- *Handboek Communicatiestrategie (2021)*
- *Communicatie in Positie in 3 stappen (2018)*

Daarnaast schrijft Betteke van Ruler over communicatietheorie in het blad van Logeion, de Nederlandse vereniging van communicatieprofessionals, www.logeion.nl/comunicatietheorie-van-betteke-van-ruler. Zij geeft graag masterclasses, inspiratiesessies, coachingstrajecten en lezingen in-company en denkt graag met je mee. In 2024 komt zij met een nieuwe masterclass Communicatiestrategie-in-één-dag. Als je ergens een vraag over hebt, kun je haar altijd mailen of contacten via LinkedIn.

**Meer kennis van,
voor en door
vakgenoten uit het
communicatievak
lezen?**

Bezoek onze website.

Van der **Hilst**
Communicatie begint bij jou!

© Essay Beroepstrots auteur Betteke van Ruler voor Van der Hilst Communicatie

