

Politikere, virksomheder og organisationer kæmper for at sætte sig på tidens guldæg - tilliden. Men hvad er tillid egentlig? Og hvordan kan man arbejde med tillid som kommunikatør?

BYG SELV TILLIDEN OP



Af Jakob Danving Nielsen

Hvis ikke folk stoler på det, vi siger, kan det jo være lige meget med at åbne munden. Tillid er et grundparameter i kommunikation. I den seneste tid har det lille ord vundet terræn, som et centralt begreb inden bl.a. politisk kommunikation.

Tre forskere fra CBS's Institut for Ledelse, Politik og Filosofi, har støvet den tyske sociolog Niklas Luhmann af for at komme med et bud på, hvad tillid egentlig er.

- Tillid er en risikofyldt ydelse, som man giver andre forud i forventning om, at de vil handle efter de hensigter, som de har gjort synlige for deres omgivelser (Tilliden og magten, Thygesen, Vallentin og Raffnsøe, 2008).

Formuleringen giver stof til eftertanke for enhver kommunikatør.

Afstemte forventninger

At arbejde med tillid handler om at arbejde med de forventninger, som andre har til en. Forskernes kernepointe er, at det ikke er virksomheden eller politikerens, der har kontrol over de forventninger, som andre har til dem. Det er iagttageren selv, der skaber sine forventninger, og i det mo-

derne medie billede er det selvsagt vanskeligt at styre.

Selvom diskussionen om tillid som fænomen hurtigt bliver meget teoretisk, når man ser det med sociologiske briller, så er øvelsen med at skabe klare forventninger, som man kan leve op til rimelig simpel. Kodeordene er enkelthed i budskab, eksponering, gentagelse og mere gentagelse. Ud fra de ord er der tre korte skridt:

- **Klarlæg de mål, du er sikker på, du kan nå** – Kommunikatøren må vise sin modtager, at det kan betale sig at vise tillid. Det skaber mistillid, hvis man stiller vælgerne i udsigt, at der bliver bygget 5.000 boliger til 5.000 kroner på 5 år, og så ikke holder hvad man lover.
- **Fortæl, at du kan nå dine mål** – Kommunikatøren må synliggøre sine mål. Det kan både være i medier eller til direkte møder med vælgere.
- **Vis, at du har nået dine mål** – Kommunikatøren må vise, at må-

let er nået. Tillid er selvforstærkende, og hvis man en gang har løbet en risiko ved at stole på en anden, og den person viste sig tilliden værdig, så vil man være mere tilbøjelig til at løbe risikoen en anden gang.

Når vi snakker om tilliden, forsvinder den

'Du kan trygt stole på mig'. Denne sætning er tillidens sikre død. Vi er naturligt mistænksomme over for personer eller virksomheder, der siger, at vi trygt kan stole på dem. Når det handler om tillid er udtrykket 'Don't tell it – show it' alfa og omega. Tilliden har den særlige egenskab, at den simpelthen forsvinder, når vi begynder at snakke om den. Vores første indskydelse, at der jo må stikke noget under, hvis en politiker eller virksomhed har brug for at fortælle os, at vi kan stole på dem. Derfor er det første staldtips i tillidsarbejde: Lad være med at snakke om tillid. Det virker ikke! Du kan trygt stole på mig. ■