

SWOCC Nieuwsbrief – Augustus 2011

Column Leo van Sister: HELP, ik moet weer groeien!

Er is de laatste drie jaar veel veranderd, veel organisaties zijn flink afgeslankt in mankracht (dat heet eufemistisch 'kostenreductie') en in beschikbare middelen en hebben daardoor beduidend minder kunnen groeien. Sterker nog, velen hebben omzet en aandeel verloren. Toch hoor je directies en managers alweer naar hun medewerkers communiceren dat er weer snel groeoid moet worden om te overleven....

Lees verder in de [SWOCC-column](#) van [Leo van Sister](#), lid van de Raad van Advies van SWOCC en managing partner van (merk)strategisch adviesbureau [Me@kcommissarissen](#).

Oproep deelname aan onderzoek

[Dr. Joost Verhoeven](#) werkt voor SWOCC aan een publicatie over de [invloed van sociale media op corporate merken](#). Specifiek onderzoekt Joost hoe medewerkers zich gedragen op sociale media: hoe actief zijn ze? Op welke netwerken zijn ze te vinden? Wat doen ze daar?

Om deze vragen te beantwoorden is Joost op zoek naar organisaties die willen helpen met het onderzoek. Medewerkers van deelnemende organisaties ontvangen per e-mail een uitnodiging voor een online vragenlijst over hun sociale media activiteiten. Het invullen van de anonieme vragenlijst duurt ongeveer 15 minuten en iedere werknemer kan meedoen - het enige dat wij van hem/haar nodig hebben is een e-mailadres.

De resultaten van het onderzoek worden begin 2012 gepresenteerd in een SWOCC publicatie en een sociale media workshop. Als begunstiger krijgt u deze publicatie automatisch opgestuurd.

Wilt u uw organisatie opgeven voor deelname? Verzamel dan de e-mailadressen van uw collega's en stuur deze naar joost@swocc.nl. Ook als u eerst wat meer informatie wilt kunt u Joost mailen of bellen op telefoonnummer 020 525 8510.

SWOCC viert 15^e verjaardag met symposium

Op dinsdag 13 september organiseren we het symposium 15 jaar SWOCC in de [Rode Hoed](#) in Amsterdam. Tijdens deze speciale jubileumbijeenkomst geven 15 wetenschappers in 15 presentaties van 15 minuten een actueel beeld van de rol van het merk voor de organisatie, het individu en de communicatie.

In drie blokken behandelen Nederlandse communicatiewetenschappers als Peter Kerkhof (UvA/VU), Jos Hornikx (RUN), Simone de Droog (UvA), Ivar Vermeulen (VU) en Johan van Reekom (EUR) de laatste inzichten uit de communicatiewetenschap. Actuele onderwerpen zoals webcare, kidsmarketing en social media campagnes komen aan bod. De presentatie is in handen van [Mary Hoogerbrugge](#).

Heeft u zich nog niet aangemeld? Wees er dan snel bij! Schrijf u in door uw ingevulde [aanmeldingsformulier](#) vóór 1 september te sturen naar info@swocc.nl o.v.v. Aanmelding 15 jaar SWOCC. LET OP: de toegang is voor onze begunstigers gratis. Overige geïnteresseerden zijn van harte welkom tegen betaling van 75 euro.

Genomineerden SWOCC scriptieprijs zijn bekend

De genomineerden voor de SWOCC scriptieprijs zijn bekend. Dionne Beugels (VU), Sophie Boerman (UvA) en Jacintha de Graaf (VU) zijn de drie overgebleven kanshebbers

voor de titel. Eén van hen ontvangt op 13 september, tijdens het **symposium 15 jaar SWOCC**, een cheque van 1.000 euro uit handen van juryvoorzitter **Peter Neijens**. Bovendien zal de scriptie in het najaar van 2011 worden uitgebracht als 57e SWOCC publicatie.

Lees verder op onze [website](#).

SWOCC raadt aan

In 2004 bracht SWOCC een **publicatie** uit over de werking van humor in reclames. Eén van de kwesties die in dit boekje werd aangehaald was dat humor de aandacht kan afleiden van serieuze informatie. Met andere woorden, humor absorbeert de aandacht geheel, waardoor de merkboodschap (de serieuze informatie) overschaduwd raakt.

Madelijn Strick en haar collega's van de Radboud Universiteit Nijmegen onderzochten welk component van humor hiervoor verantwoordelijk is. Wat iets humoristisch maakt is namelijk het oplossen van een bepaalde incongruentie. Zodra de luisteraar dit 'raadseltje' heeft opgelost en hij de clou snapt, is iets grappig. Het oplossen van deze incongruentie vergt echter cognitieve energie; mensen moeten erover nadenken. Deze extra cognitieve energie wordt gebruikt om informatie te verwerken die kan bijdragen aan het oplossen van de incongruentie. Andere informatie in de context kan hierdoor over het hoofd gezien worden. De andere component van humor is de positieve gevoelens die iemand ervaart. Ook van emotie is bekend dat het de aandacht afleidt van andere, neutrale informatie die tegelijkertijd wordt gepresenteerd. Maar welk van deze twee componenten van humor zorgt nu voor de afleiding? In eerder onderzoek is dit nooit succesvol aangetoond. Met behulp van een experiment wilden Strick et al hier uitsluitsel over geven. Hun conclusie is dat de cognitieve energie die humor vraagt, en dus niet de positieve gevoelens die het teweegbrengt, ervoor zorgt dat mensen afgeleid worden van de contextuele informatie (het product of de productclaim) en deze slechter onthouden. Ook concludeerden zij dat de positieve gevoelens van humor worden overgedragen op de contextuele informatie, in dit geval het product.

Het complete artikel is [hier](#) te downloaden. SWOCC begunstigers kunnen publicatie 29 over humor aanvragen via info@swocc.nl.

Gemma Span is communicatiemedewerker bij SWOCC

Het SWOCC team heeft versterking gekregen van **Gemma Span**. Per 1 augustus is zij begonnen als communicatiemedewerker. Gemma heeft ruim 2 jaar ervaring in de bureauwereld als consultant bij PR bureau Cohn & Wolfe, waar ze de perscontacten verzorgde voor klanten als K-Swiss, Elephant Parade, Nederland Schoon, Orangina en Beckers. In 2010 slaagde zij cum laude voor haar master Communicatiewetenschap aan de UvA.

Met de aanstelling van Gemma, en eerder al bureaumanager **Caroline van Leuven**, wil SWOCC de dienstverlening en communicatie verder professionaliseren.

Nieuwe begunstiger

De afgelopen maand heeft SWOCC er weer een nieuwe begunstiger bij gekregen! We bedanken **Erasmus Hogeschool Brussel** en onze overige **begunstigers** voor hun steun.

info@swocc.nl. Wilt u de nieuwsbrief niet meer ontvangen, stuur dan een e-mail naar info@swocc.nl met het onderwerp *unsubscribe*.