

# Communicatief competent

*'Effectief en strategisch communiceren'*



Marina Hoogeveen

*25 mei 2012*

Communicatief competent

*Effectief en strategisch communiceren*

Marina Hoogeveen

25 mei 2012

Onderwijs instelling: Avans Hogeschool  
Opleiding: Advanced Business Creation

Blok: E-fase  
Blok onderdeel: Science School, paper 2  
Docent: Paul Lelkes

## Inhoudsopgave

Onderzoeksplan.....	4
Aanleiding.....	4
Relevantie .....	4
Doelstelling.....	4
Probleemstelling.....	4
Methode van onderzoek .....	5
Inleiding .....	6
Communicatief competent.....	7
Communicatie en strategie .....	7
Publieks- en situatiegericht denken.....	7
Doelgericht denken .....	8
Doelen formuleren .....	8
Strategisch communiceren.....	9
Definitie van communicatie .....	10
Het communicatieproces.....	11
Ik, de zender .....	12
Communicatie en achtergronden .....	13
Communicatie en persoonlijke ontwikkeling .....	13
Levenservaring en opvoeding .....	13
Communiceren .....	14
Non-verbale communicatie.....	14
Manier van lopen .....	14
Manier van zitten .....	14
Armbewegingen.....	15
Gezichtsuitdrukkingen.....	15
Conclusie .....	16
Literatuur .....	17
Boeken.....	17
Voetnoten.....	17

## Onderzoeksplan

---

### Aanleiding

Het komt regelmatig voor dat ik niet uit mijn woorden kom, of dat ik niet de juiste manier van communiceren weet te hanteren in verschillende situaties. Ik begin dan te stotteren of mijn boodschap komt dan niet zoals bedoeld op de juiste manier aan bij de ontvanger. Om deze reden wil ik mij bij het schrijven van deze paper gaan richten op de theorie over effectief en strategisch communiceren.

### Relevantie

Adequaat communiceren vergt het nodige inzicht. Het is daarom belangrijk om te weten en erover na te denken hoe een gesprek efficiënt kan worden opgebouwd, welke gesprekstechnieken er zijn en wat belangrijke aandachtspunten zijn tijdens gesprekken. Door kennis en inzicht te hebben van de belangrijkste aspecten van iemand die communicatief competent, kan ik op basis van deze kennis doelgericht werken aan mijn persoonlijke ontwikkeling om ook communicatief competent te worden.

### Doelstelling

Door het schrijven van deze paper wil ik inzicht krijgen in mijn eigen communicatie stijl, de valkuilen die daarbij horen en de benodigde theorie die daarbij hoort om op deze valkuilen in te kunnen spelen. Daarnaast is de doelstelling van deze paper om de theoretische kennis op de doen die nodig is om effectief en strategisch te communiceren.

Kortom, het doel is om te leren hoe ik effectief en strategisch kan communiceren in het kader van gespreksvoering en presenteren.

### Probleemstelling

De centrale hoofdvraag die in dit betoog centraal staat, is;

*"Hoe kan ik leren om effectief en strategisch te communiceren tijdens gespreksvoering en presenteren?"*

De deelvragen die nodig zijn om de centrale hoofdvraag te kunnen beantwoorden zijn als volgt;

- Wat is communicatie?
- Wanneer ben je communicatief competent?
- Wat zijn belangrijke processen die ik moet kennen als ik wil leren communicatief competent te worden?
- Wat zijn belangrijke vaardigheden die ik moet ontwikkelen om communicatief competent te worden?
- Welke invloed hebben anderen op iemand die communicatief competent is?
- Wat is strategisch communiceren?
- Waarom is strategisch communiceren belangrijk?

- Hoe kan ik leren om strategisch te communiceren?
- Waarom is het belangrijk om te weten welke invloed mijn levenservaring en opvoeding hebben gehad op de ontwikkeling van mijn communicatie stijl?
- Welke invloed heeft mijn levenservaring en opvoeding gehad op de ontwikkeling van mijn communicatie stijl?
- Op welke manier kan non-verbale communicatie geïnterpreteerd worden?

### **Methode van onderzoek**

De meest relevante methode om tot een antwoord op de centrale vraag te komen is het doen van literatuur onderzoek. Ik heb hiervoor diverse boeken over effectief en strategisch communiceren aangeschaft. Daarnaast ga ik gebruik maken van bronnen op internet om me in de theorie te verdiepen. Door het beantwoorden van de deelvraag zal ik uiteindelijk in de conclusie mijn deelvraag kunnen beantwoorden.

## Inleiding

---

*‘ Het belangrijkste in communicatie is te horen wat er niet wordt gezegd. ’*

(Peter F. Drucker 1909-, Amerikaanse management goeroe)

Mensen zeggen namelijk veel, zonder iets te zeggen. Dit doen zij met hun non-verbale communicatie. Vindt u dit interessante theorie? Zo ja, dan heeft u het juiste betoog voor u liggen. Ik heb mij namelijk met het schrijven van deze paper verdiept in de theorie over effectief en strategisch communiceren, wat vaardigheden zijn waarover men moet beschikken als iemand zich communicatief competent wil noemen.

Communicatief competent worden is één van de ambities die ik nastreef. Om die reden heb ik me voor het schrijven van deze paper ook in dit onderwerp verdiept. Ik heb hierdoor kennis opgedaan over aspecten die van belang zijn om communicatief competent te kunnen worden. Door deze kennis opgedaan te hebben kan ik deze nu me u delen en heb ik daarnaast voor mezelf de basis vastgelegd om mijn communicatie vaardigheden doelgericht te kunnen gaan ontwikkelen.

De centrale hoofdvraag die ik vooraf heb geformuleerd is:

*"Hoe kan ik leren om effectief en strategisch te communiceren tijdens gespreksvoering en presenteren?"*

Om deze centrale hoofdvraag te kunnen beantwoorden heb ik vooraf ook deelvragen opgesteld. Door het beantwoorden van de deelvragen heb ik tot een antwoord op de hoofdvraag kunnen komen.

De opbouw van deze paper is als volgt ingedeeld. In het eerste hoofdstuk wordt ingegaan op de strategie waarover iemand beschikt wanneer die communicatief competent is. In het tweede hoofdstuk wordt vervolgens ingegaan over de ontwikkeling van de persoonlijke communicatie stijl. Tot slot volgt de conclusie waarin ik antwoord geef op de centrale hoofdvraag.

## Communicatief competent

---

Communicatie begin in het hoofd. Daar ga ik in dit eerste hoofdstuk ook wat dieper op in. Het is namelijk belangrijk om voor dat men iets gaat zeggen of voordat men iets begint te typen, na te denken; wat wil men precies zeggen, wie moeten het allemaal weten, wat wil ermee bereikt worden? Wanneer men dit niet helder voor ogen heeft is communicatie vaak verspilde moeite. Wanneer zo een analyse wel is gemaakt kan de strategie bepaald worden en heeft men de basis gelegd voor succesvolle communicatie.

### Communicatie en strategie

Om optimaal te kunnen communiceren is het belangrijk om zoveel mogelijk van het doel en het publiek te weten: Wat moet er precies bij het publiek bereikt worden? Het is pas mogelijk om effectief en efficiënt te communiceren wanneer dit helder is. Dat wil dus zeggen dat het publiek en de doelen eerst goed geanalyseerd moeten worden voordat de strategie bepaald kan worden.

Het is daarbij ook belangrijk dat men ook oog heeft voor het doel en het beeld van het publiek. Hieruit kan de volgende conclusie worden getrokken: iemand handelt strategisch als die zelf in staat is keuzes te maken, doelen vast te stellen en vervolgens doelgericht te handelen. Daarbij moet er ook rekening gehouden worden met dat de ander ook strategisch kan handelen. Daarom is het belangrijk om de situatie en de doelen van de ander helder in kaart te brengen.<sup>1</sup>

Bij strategisch communiceren is het dus belangrijk om ook veel te weten van de communicatiepartner en de situatie. Wanneer die analyse is afgerond kunnen de doelen worden bepaald. Daarna worden de strategie en tactiek gekozen.

### Publieks- en situatiegericht denken

Marketeers willen alles van hun potentiële klanten zo nauwkeurig mogelijk weten. Iemand uit een seniorenflat moet namelijk anders benaderd worden dan een student uit een studentenwoning. Een verkooppresentatie over een nieuwe software vereist een andere aanpak wanneer die voor het managementteam wordt gehouden dan voor netwerkbeheerders of inkopers.

De conclusie die hieruit getrokken kan worden is dat elke communicatie situatie anders is en dus ook een andere strategie vereist.

De vragen die er gesteld kunnen worden bij de analyse van het publiek en de communicatie situatie staan hieronder in een tabel verwerkt. In elke situatie spelen namelijk weer andere factoren een belangrijke rol en is er dus ook een andere strategie nodig.

---

<sup>1</sup> Severijnen, O. e.a., *Basisboek communiceren*, Zutphen, 2008.

Het publiek			
Wat weet het publiek van het onderwerp?	Wat vindt het publiek van het onderwerp?	Welke kenmerken heeft het publiek(opleiding, leeftijd, gezinssamenstelling, beslissingsbevoegdheid, inkomen/budget of andere relevante zaken)?	Wat verwacht het publiek van deze boodschap?
Wat weet het publiek van mij?	Wat vindt het publiek van mij?	Welke (machts)relatie heeft het publiek met mij?	Wat verwacht het publiek van mij?
Wat weet je het publiek van de organisatie?	Wat vindt het publiek van de organisatie?	Welke andere situationele factoren spelen een rol?	Wat verwacht het publiek van de organisatie?
Zijn er weerstanden te verwachten?			
Welke belangen spelen een rol?			

Tabel 1.1 Vragen voor analyse van publiek en communicatiesituatie.

## Doelgericht denken

Een boodschap kan effectief geformuleerd worden wanneer vooraf duidelijk is welk doel ermee beoogd wordt. Er zijn vijf soorten doelen te onderscheiden, die in combinatie met elkaar voor kunnen komen.

- Informeren, bedoeld om kennis over te brengen
- Instrueren, bedoeld om vaardigheden aan te leren
- Overtuigen, bedoeld om meningen over te brengen of te veranderen
- Activeren, bedoeld om tot gedrag aan te zetten
- Ontroeren, bedoeld om gevoelens op te wekken.

De ontvanger heeft echter ook luister of lees doelen. Om een boodschap goed over te laten komen is het daarom belangrijk dat de doelen daarop afgestemd worden.

## Doelen formuleren

Doelstellingen kunnen geformuleerd worden volgens de SMART-methode.

1. **Specifiek:** het is duidelijk wat er bij de doelgroep bereikt moet worden
2. **Meetbaar:** De doelstellingen zijn zo geformuleerd dat achteraf gemeten kan worden of ze behaald zijn.
3. **Aanwijsbaar:** Het is duidelijk wie er verantwoordelijk is voor het behalen van de doelstelling.



4. **Realistisch:** de doelen zijn haalbaar en acceptabel geformuleerd en dat versterkt hun motiverende waarde.
5. **Tijdsgebonden:** de tijdsspanne waarbinnen de doelstellingen gehaald moeten zijn, ligt vast.

Het formuleren van doelen wordt eenvoudiger wanneer er onderscheid wordt gemaakt in de effecten die ermee bereikt dienen te worden. Er kunnen drie soorten communicatiedoelen worden onderscheiden, namelijk; kennisdoel, houdingsdoel en gedragsdoel.

- Wanneer de overheid het volk wil informeren over nieuwe verkeersmaatregelen, wordt er gesproken over een kennisdoel.
- Wanneer diezelfde overheid het volk ervan wil overtuigen dat zij zich verantwoordelijk moeten voelen voor het milieu dan wordt er gesproken over een houdingsdoel.
- Wanneer de overheid van het volk echter verwacht dat zij zich aan de voorgeschreven maximumsnelheid houden dan spreken we van een gedragsdoel.

Deze drie soorten doelen staan in relatie tot elkaar. Wanneer men een gedragsdoel ('gezond eten') wil bereiken dient men echter eerst een houdingsdoel ('het is belangrijk om niet dik te worden') te realiseren. Maar om een houdingsdoel te realiseren moet er vaak eerst een kennisdoel ('dik zijn is niet gezond') bereikt zijn.

### Strategisch communiceren

In de voorgaande paragrafen heb ik de volgende twee stappen besproken die gemaakt dienen te worden om een strategisch gesprek te kunnen voeren, namelijk;

1. Het publiek en de situatie waarin het publiek zich bevindt moet helder in kaart worden gebracht.
2. Op basis van dit inzicht worden eigen doelstellingen geformuleerd.

De derde stap die er gezet dient te worden is het vaststellen van de strategie: *Doormiddel van welke strategie kunnen de eigen communicatiedoelstellingen gerealiseerd worden bij de gesprekspartner of groep?*

De strategie is de grote lijn en de tactiek is de concrete invulling. Vanuit de communicatiestrategie kunnen de volgende keuzes worden gemaakt;

1. De inhoud
2. Het communicatiemiddel
3. De stijl, de 'tone of voice'

Het resultaat is voor deze situatie geschikte tactiek. Communicatie middelen kunnen op verschillende manieren gehanteerd worden. Wanneer men in staat is op de juiste manier een

communicatiemiddel in te zetten en de geschikte tactiek te gebruiken, is men communicatief competent.

Wanneer de doelstelling echter complex is zoals bijvoorbeeld het informeren van de Nederlandse bevolking over de nieuwe regels ten aanzien van de huursubsidies, dan is er een communicatieplan nodig om de strategie uit te werken. Om nog gedetailleerder te zijn kan men nog een draaiboek maken. Dit is bijvoorbeeld handig voor een presentatie over de jaarcijfers van een bedrijf.

Communicatie competenties zijn de basisvaardigheden van de mens. Alle taalvaardigheden kunnen getraind worden om de communicatieve competentie te vergroten.

### Definitie van communicatie

Er zijn veel verschillende definities van 'communicatie'. Ik zal hieronder een aantal voorbeelden van verschillende bronnen over de definitie van communicatie.

De definitie van communicatie door het 'van Dale' gratis online woordenboek is: "*contact, gemeenschap, verbinding, verkeer*"<sup>2</sup>



## Betekenis 'communicatie'

U heeft gezocht op het woord: communicatie.

**com-mu-ni-ca-tie** de; v -s contact, gemeenschap; verbinding, verkeer

De definitie van communicatie door de website [www.encyclo.nl](http://www.encyclo.nl) is<sup>3</sup>:

### Communicatie

Abstract: Verbale of non-verbale interactie.

Tekst: In communicatie onderscheiden we vier psychologische aspecten: het expressieve (de manier waarop de boodschap wordt overgebracht), het zakelijke (de feitelijke informatie), het relationele (de relatie tussen de zender en de ontvanger) en het apellerende (het doel van de spreker).

<sup>2</sup> <http://www.vandale.nl/opzoeken?pattern=communicatie&lang=nn>

<sup>3</sup> <http://www.encyclo.nl/lokaal/10364>

De definitie van communicatie volgens Wikipedia is: "Communicatie is de overdracht van een signaal van een zender naar een ontvanger"<sup>4</sup>

Hoewel er in de zojuist verschillende genoemde definities van communicatie wel degelijk overeenkomsten zitten gebruik ik voor de volgende paragraaf de volgende definitie, afkomstig uit het boek 'Basisboek communiceren':

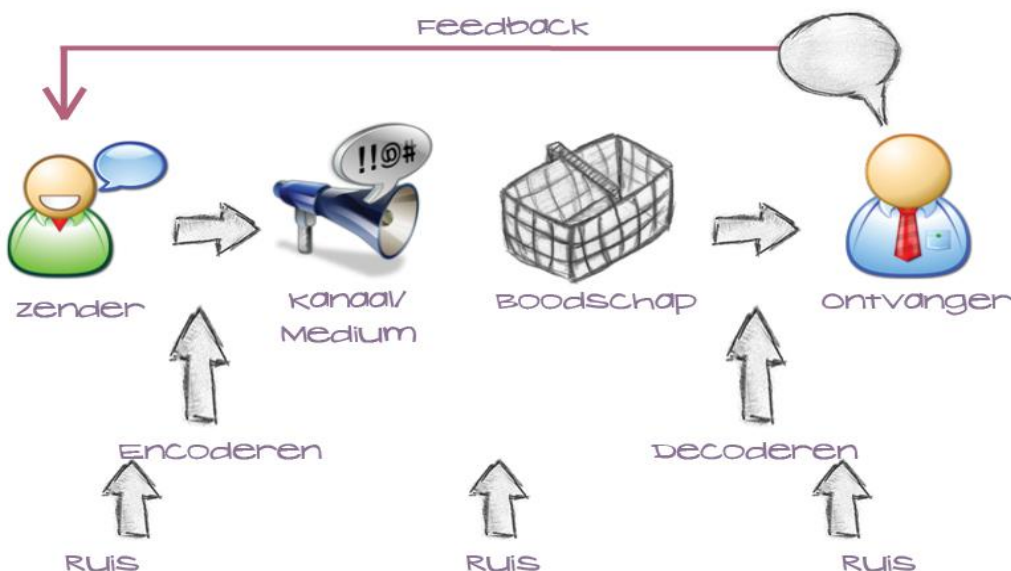
"Communicatie is het aanbieden van een boodschap door een zender aan een ontvanger"

## Het communicatieproces

Hoewel de zojuist genoemde definitie van communicatie eenvoudig klinkt, is deze dat niet. Onder deze definitie zitten namelijk enkele uitgangspunten verborgen. Ten eerste zijn er nogal wat definities die pas spreken van communicatie wanneer de boodschap ook daadwerkelijk gedeeltelijk of zelfs geheel is overgekomen. Aanbieden van de boodschap alleen is in die opvatting niet genoeg. Dus met andere woorden, of de communicatie (het aanbieden van de boodschap) slaagt, is in de definitie (die ik deze paper gebruik) niet relevant. Het gaat juist om de intentie en daarna om het bereikte effect.

Ten tweede kan het aanbieden van een boodschap op diverse manieren gebeuren. Communiceren vindt plaats door het gebruik van zintuigen; praten, luisteren, kijken, ruiken, proeven, voelen. Hierbij telt elk teken en elk signaal. Praten (verbale communicatie) wordt ondersteund door lichaamstaal (non-verbale communicatie). In het volgende hoofdstuk ga ik nog wat dieper in op verbale en non-verbale communicatie.

Communicatie wordt een communicatieproces wanneer boodschappen daadwerkelijk uitgewisseld worden tussen mensen die zich van elkaars onmiddellijke (of door middel van ingezette media) aanwezigheid bewust zijn. Deze boodschappen worden deels bewust, deels onbewust verzonden, ontvangen en geïnterpreteerd.<sup>5</sup>



Figuur 1.1 Communicatieproces

<sup>4</sup> <http://nl.wikipedia.org/wiki/Communicatie>

<sup>5</sup> Olsthoor & Van der Velden 2007

## Ik, de zender

Communicatie begint bij de zender die een strategie kiest. Maar die strategie kan waardeloos zijn als de zender zijn eigen valkuilen niet kent. Het is daarom van belang dat iemand voor een het starten van een belangrijk gesprek zijn eigen sterktes en zwaktes kent.

Er zijn over het algemeen veel vaardigheden die je kunt leren. Maar zonder strategisch inzicht blijven deze vaardigheden slechts kunstjes. Men moet weten op welke manier die kunstjes ingezet moeten worden. Dan pas is iemand communicatief competent.

In de voorgaande paragrafen heb ik onder andere benadrukt waarom het belangrijk is om de tegenstander zo helder mogelijk in kaart te brengen. Maar zoals ik in de inleiding al aangaf is het ook essentieel om inzicht in eigen sterktes en zwaktes te hebben. Wanneer men zich daar namelijk niet van bewust is stelt men zich uiterst kwetsbaar op. Men loopt namelijk het risico dat de tegenstander de zwaktes tijdens het communicatieproces opmerkt. De tegenstander zou hier dan op in kunnen spelen waardoor de zender zal falen. Om het positief te verwoorden: iemand moet zijn eigen sterktes en zwaktes kennen voordat de strijd wordt aangegaan. Want wanneer iemand wel op de hoogte is van zijn eigen sterktes en zwaktes, zal diegene minder snel in zijn eigen valkuilen trappen.

Toch is het kennen van de eigen sterktes en zwaktes nog niet alles. Het gevaar dat zich dan namelijk nog voor doet is dat iemand kan doorschieten in positieve eigenschappen. Wanneer iemand de positieve eigenschap heeft dat die het leuk vindt om anderen te helpen, dan zal iedereen diegene ook weten te vinden. Wat dan eigenlijk een positieve eigenschap lijkt, kan dan juist een valkuil worden. Iedereen zal namelijk gebruik maken van de behulpzaamheid van diegene.

De conclusie die ik hieruit kan trekken is dat wanneer ik strategisch wil communiceren, moet ik niet alleen een analyse van mijn publiek en van mijn doelen maken, maar ook van mijn eigenschappen.

Naast het belang, van het kennen van de eigen sterktes en zwaktes, voor het strategisch communicatief competent zijn is het ook van belang voor de vaardigheid effectief mondeling communiceren. Daarom heb ik in het volgende hoofdstuk mijn aandacht besteed aan de essentie van persoonlijke achtergronden met betrekking tot communicatie.



## Communicatie en achtergronden

---

Niet alleen ik, maar ook professionals in diverse beroepsgroepen vragen zich in de praktijk geregeld af op welke manier zij effectief kunnen communiceren. Ze willen weten hoe ze zich het beste op kunnen stellen bij vergaderingen waarbij de een aantal collega's meestal het woord heeft of juist niet veel zeggen. Ook willen mensen vaak weten op welke manier kritiek gegeven kan worden zonder daarbij te bescheiden of juist emotioneel te zijn. Anderen, waaronder ik, willen graag weten hoe zij beter om kunnen gaan met de druk die presenteren met zich mee brengt. Deze vragen zijn namelijk niet eenvoudig te beantwoorden omdat dit te maken hebben met de persoon die de vraag stelt. De gestelde vragen hebben vaak te maken met de houding en het gedrag van die persoon. Het is daarom nuttig om aandacht te besteden aan de communicatiestijl die bij je past. Op deze manier zal ik antwoord krijgen op mijn persoonlijke vragen. De eerste stap hiervoor is om inzicht te krijgen in het ontstaan van mijn persoonlijke communicatiestijl. Hierbij wordt ingegaan op de rol die opvoeding en levenservaring spelen bij de vorming van mijn communicatiestijl. Ook wordt er hierdoor ingegaan op de invloed die communiceren heeft op mijn persoonlijke ontwikkeling. Tot slot ga ik in dit hoofdstuk in op het begrip communiceren en non-verbale communicatie

### Communicatie en persoonlijke ontwikkeling

Communicatie is naast de eerste levensbehoefte, om te eten, drinken en het hebben van onderdak, ook een belangrijke voorwaarde om te kunnen leven. Jongere kinderen hebben dit als gen ander door, zij stellen dan ook veel vragen. Daarnaast geven zij ook klakkeloos hun mening en gevoel weer. Kinderen hebben instinctief door dar vragen stalen, gevoel verwoorden en het geven van een mening reacties ontlokken aan de omgeving. Deze reacties bevatten informatie waarmee tot ontwikkeling en zelfstandigheid gekomen kan worden. De cognitieve (verstandelijke) en emotionele ontwikkeling van mensen is dus afhankelijk van de communicatie met andere mensen.

Naast de cognitieve ontwikkeling is de emotionele ontwikkelen minstens zo belangrijk. Mensen beleven doorlopend gevoelens. Het gevoelsleven kan namelijk niet worden stopgezet.

Een goed gesprek kan leiden tot een gevoel van opluchting en inspiratie. Als er weinig gelegenheid is om te praten loopt de druk op en dit kan zich uiten met allerlei gevoelens. Zich vermoeid voelen en alleen voelen zijn hiervan bekende voorbeelden. De reden dat mensen niet kunnen of willen praten over emoties heeft te maken met opvoeding en levenservaring.

### Levenservaring en opvoeding

In tegenstelling tot kleine kinderen hebben volwassenen tijdens presentatie, overlegsituaties en conflicten vaak moeite om hun emoties te uiten of een mening te verwoorden. Hiervoor is het goed om stil te staan bij de vraag over welke oorzaken hiervoor aan te wijzen zijn. De antwoorden zijn namelijk te vinden in het levensverhaal van elk mens.

De reactie vanuit de omgeving is cruciaal voor je persoonlijke ontwikkeling omdat deze reactie informatie bevat waarmee je kennis en vaardigheden kunt opbouwen. Naast constructieve reacties incasseert iedereen ook negatieve reacties. De negatieve reacties kunnen ernstige

kwetsingen zijn, maar ook minder ernstige kwetsingen kunnen vanwege hun regelmaat de nodige impact hebben.

Het belang van de kennis over de invloed van de opvoeding op de ontwikkeling van mijn communicatie stijl is tweedelig. Ten eerste zal ik hierdoor, zoals in het voorgaande hoofdstuk ook als is besproken, beter in staat zijn mijn valkuilen te minimaliseren doordat ik onder andere weet hoe deze zijn ontstaan. Ten tweede leidt het besef dat elke communicatiestijl gebaseerd is op een uniek levensverhaal tot flexibiliteit, wat mede nodig is om effectief te kunnen communiceren.

## Communiceren

Er vele manieren zijn om inhoud te geven aan het begrip communicatie. Net zoals ik in het voorgaande hoofdstuk een specifieke definitie van communicatie heb gehanteerd zal ik ook voor de aankomende paragraaf een andere specifieke definitie gaan hanteren. In de volgende paragraaf wordt bij het begrip communiceren uitgegaan van twee gespreksstromen, namelijk de woordenstroom en een gevoelsstroom.

De woordenstroom is de meer technische kant van communiceren, waarbij de overdracht van woorden en inhoud centraal staan. De gevoelsstroom is de gespreksstroom waarbij de overdracht van emoties centraal staan. Woorden kunnen hierbij worden gezien als een vervoersmiddel van emoties. De gevoelsstroom is vaak bepalend voor het verloop van dit gesprek.<sup>6</sup>

## Non-verbale communicatie

Emotie kunnen ook geuit worden door non-verbaal gedrag. In dit onderdeel van de paper wordt uitgegaan van het idee dat lichaamstaal wordt aangestuurd door emoties. Impliciet wordt hiermee gezegd dat lichaamstaal aanwijzingen kan geven over hoe iemand zich voelt. Door het interpreteren van iemand zijn lichaamstaal kunnen belangrijke beslissingen worden gemaakt tijdens het communicatieproces. Voorbeelden hiervan zijn onder andere het besluit om een gesprek voort te zetten of in te korten, of om juist persoonlijker of zakelijker te worden tijdens een gesprek.

### Manier van lopen

Iedereen heeft een eigen manier waarop die loopt. Over het algemeen kan wel gezegd worden dat iemand die zich zorgen maakt op een rustige en bedaarde manier zal lopen. Deze persoon gebruikt zijn energie om na te denken en zal dus niet de behoefte hebben om met snelle bewegingen voort te bewegen. Een opgelucht en blij persoon loopt daarentegen op een actieve en doelgerichte manier. Personen die voor een publiek moeten optreden die peppen zich veelal mentaal op voor aanvang van hun optreden. Dit is terug te zien in hun actieve en doelgericht manier waarop deze mensen opkomen voor hun publiek.

### Manier van zitten

Wanneer iemand gespannen is (bijvoorbeeld tijdens een sollicitatiegesprek), heeft die de neiging om zijn voeten onder de stoel te schuiven. Dan is men instinctief op zoek naar meer houvast. Door dat de voeten onder de stoel te klemmen of soms zelfs nog om de stoelpoten heen te krullen, wordt er met behulp van die stoel extra fysieke kracht gecreëerd die in

---

<sup>6</sup> Frieser, H., *Effectief mondeling communiceren in drie stappen*, Den Haag, 2011.

spanningsvolle situaties goed gebruikt kan worden. Door een dergelijke houding te interpreteren zou hierop ingespeeld kunnen worden door het gesprek ontspannen te beginnen. Onderuithangend in een stoel zitten kan bijvoorbeeld duiden op vermoeidheid of desinteresse. Jongens uit de pubertijd zitten ook regelmatig onderuitgezakt, veelal met hun benen enigszins uit elkaar. Hiermee kunnen zij het signaal afgeven dat zij bepalen wanneer zij in beweging komen. Iemand die juist in een rechte houding zit kan geassocieerd worden met interesse en concentratie. Iemand die tijdens een gesprek de kar moet trekken of geïrriteerd is, zit vaak (licht) voorover gebogen.

### Armbewegingen

Tijdens een gesprek kan iemand de armen voor de borstkast hebben gevouwen, waardoor diegene een gesloten houding uitstraalt. Deze gesloten houding kan genuanceerd worden door het achterliggende motief te bespreken. Maar meestal worden de armen voor de borstkast gevouwen als men het gevoel heeft dat men zich moet beschermen. Een andere oorzaak is bijvoorbeeld dat een deel van een groep geen concentratie meer kan opbrengen of vermoeid is waardoor ze met hun armen voor de borstkast staan gevouwen. Wanneer er spanningsvolle onderwerpen worden besproken kan, tijdens of kort na het gesprek, met de handen over de benen en/of armen worden gewreven. Het spannende en ongemakkelijke gevoel wordt hierbij instinctief gecompenseerd met een geruststellende bewegingen. Andere signalen die iemand tijdens een (spannend) gesprek kan vertonen is dat diegene onbewust de kleding kan gaan rechtekken, de kousen op gaan trekken, het haar plat gaan strijken enz.

Het instinctief gevoel dat gepaard gaat met een spanningsvol gesprek, wordt instinctief gecompenseerd door gedragingen die gericht zijn op ordening en rust.<sup>7</sup>

### Gezichtsuitdrukkingen

Het fronsen van wenkbrauwen zou kunnen duiden op zorgen, concentratie of irritatie. Een afgemeten mond kan erop duiden dat iemand boos is of ergens niet over wil praten. Afgezakke mondhoeken kunnen duiden op vermoeidheid, teleurstelling of boosheid. Mondhoeken die omhoog staan kunnen duiden op een goede humeur of blijdschap.



Figuur 2.1 Communicatiestijl en achtergronden

<sup>7</sup> Frieser, H., Effectief mondeling communiceren in drie stappen, Den Haag, 2011.

## Conclusie

---

De centrale hoofdvraag die aan dit onderzoek centraal staat is als volgt:

*"Hoe kan ik leren om effectief en strategisch te communiceren tijdens gespreksvoering en presenteren?"*

Door het literatuur onderzoek heb ik de benodigde kennis opgedaan waardoor ik nu in staat ben om deze centrale hoofdvraag te beantwoorden.

Bij strategisch communiceren is het belangrijk om ook veel te weten van de communicatiepartner en de situatie. Wanneer die analyse is afgerond kunnen de doelen worden bepaald. Daarna worden de strategie en tactiek gekozen. Daarnaast is het ook van belang om een helder beeld te hebben van mijn eigen sterktes en zwaktes voordat ik de conversatie begin. Doe ik dat niet dat stel ik me kwetsbaar op en geef ik mijn gesprekspartner de mogelijkheid om mijn zwaktes te herkennen waar die vervolgens op in kan spelen. Dus wanneer ik strategisch wil communiceren, moet ik niet alleen een analyse van mijn publiek en van mijn doelen maken, maar ook van mijn eigenschappen.

Effectief communiceren kan ik leren door te analyseren wat mijn communicatiestijl is en hoe die is ontstaan. Het ontstaan van de communicatiestijl heeft namelijk te maken met je opvoeding en levenservaring. Wanneer ik mijn communicatiestijl analyseer zal ik een helder beeld krijgen van mijn valkuilen. Daar kan ik dan weer op inspelen omdat ik me er bewust van ben wat die zijn.

Daarnaast speel non-verbale communicatie ook een grote rol bij communiceren. Door tijdens het communiceren te letten op onder andere mijn manier van lopen, manier van zitten, armbewegingen en gezichtsuitdrukking, kan ik een mondeling gesprek veel effectiever laten verlopen.





## Literatuur

---

### Boeken

Severijnen, O. e.a., *Basisboek communiceren*, ThiemeMeulenhoff, Zutphen, 2010, tweede druk

Frieser, H., *Effectief mondeling communiceren in drie stappen*, Boom Lemma uitgevers, Den Haag, 2011.

Horst van der, A. e.a., *Groot psychologisch modellenboek*, Van Duuren Management B.V., Culemborg, 2010, 1<sup>e</sup> druk

### Voetnoten

<sup>1</sup> Severijnen, O. e.a., Basisboek communiceren, Zutphen, 2008.

<sup>2</sup> <http://www.vandale.nl/opzoeken?pattern=communicatie&lang=nn>

<sup>3</sup> <http://www.encyclo.nl/lokaal/10364>

<sup>4</sup> <http://nl.wikipedia.org/wiki/Communicatie>

<sup>5</sup> Olsthoor & Van der Velden 2007

<sup>6</sup> Frieser, H., Effectief mondeling communiceren in drie stappen, Den Haag, 2011.

<sup>7</sup> Frieser, H., Effectief mondeling communiceren in drie stappen, Den Haag, 2011.