

JOSANNE TOUSSAINT

Sprekend
**JEZELF
ZIJN**

VERSTERK JE PERSOONLIJKE
COMMUNICATIE EN
PRESENTATIE

THEMA ■



INHOUD

Voorwoord	7
Inleiding – Wat is ‘sprekend jezelf zijn’?	11
Hoofdstuk 1 – Een succesformule van communicatie	17
Hoofdstuk 2 – Kijk in de spiegel van je publiek	27
Hoofdstuk 3 – Kleur bekennen	43
Hoofdstuk 4 – Verbinding en contact	53
Hoofdstuk 5 – Adem	65
Hoofdstuk 6 – De toon maakt de muziek	73
Hoofdstuk 7 – Gebruik je lippen	83
Hoofdstuk 8 – Houding, beweging en lichaamstaal	93
Hoofdstuk 9 – Uiterlijke verschijning	103
Hoofdstuk 10 – Persoonlijke communicatie in teams	113
Hoofdstuk 11 – Culturele verschillen	121
Hoofdstuk 12 – Online en hybride	131
Samenvatting	139
Dankwoord	147
Bronnen	149



VOORWOORD

In dit boek neem ik je mee in de wereld van je persoonlijke presentatie en communicatie. Ik vind het fascinerend hoe we naar de ene spreker zoveel makkelijker en beter luisteren dan naar de andere. Mijn liefde voor presentatie, stem en alles wat daarmee te maken heeft begon al jong toen ik als semiprofessioneel zangeres optrad. Je kunt mensen raken en bereiken, of juist niet, door jouw performance. Ik denk dat daar ook de oorsprong ligt van dit boek. Iedereen heeft de behoefte om gehoord en gezien te worden voor wie ze zijn. Het kan zelfs pijn doen als je voelt dat er niet naar je geluisterd wordt. Van situaties waarin de communicatie botst, mensen elkaar niet begrijpen, of als een spreker geen contact weet te maken met het publiek, kan ik letterlijk buikpijn krijgen. Want ik zie de potentie, de kansen en weet dat het anders kan.

Daarom ondersteun ik mensen bij het vertellen van hun verhaal, om hun kracht naar boven te halen en hen als mens en spreker écht tot hun recht te laten komen. In plaats van er zelf op te staan, geef ik nu graag het podium aan professionals die hun persoonlijke impact en leiderschap willen vergroten, zowel in communicatie voor en met groepen als in een-op-eengesprekken.

Ik koppel daarvoor vorm (hoe vertel je het) en inhoud (wat vertel je) los en neem je mee in wat het effect is van jouw eigen non-verbale communicatie. Wat laat je zien als spreker en luisteraar tijdens een vergadering, presentatie maar ook bij het koffieapparaat in een informeel gesprek.

Dit boek gaat dus niet over hoe je een goede inhoud opbouwt voor je presentatie. Een duidelijke kernboodschap en een helder doel zijn essentieel in bijna iedere situatie waarin mensen spreken. Maar de ervaring leert ook dat juist bij een heel goed verhaal en een duidelijke kernboodschap de presentatie zeer bepalend is om ervoor te zorgen dat die boodschap ook echt overkomt.

De vele praktijkvoorbeelden komen uit mijn jarenlange ervaring als trainer voor groepen en individuen. Mocht je jezelf herkennen in een

van deze voorbeelden, dan berust dit waarschijnlijk niet op toeval. Ik wil je dan bedanken voor het leermoment en de ervaring.

Als dit boek eraan bijdraagt dat iemand zich beter, krachtig en meer zichzelf voelt als spreker en daardoor wél gehoord wordt, dan is mijn missie geslaagd.



Inleiding

**WAT IS 'SPREKEND
JEZELF ZIJN'?**

'Ik ben gewoon lekker mezelf, ze nemen me maar zoals ik ben!' zei een deelnemer in een van mijn trainingen. 'Dat is goed,' zei ik, 'maar ben jij wel écht "lekker jezelf" of is dat ook een gekozen vorm? En ben je je bewust van wat je laat zien?'

Je bent vele versies van jezelf, ken jij ze allemaal?

Inhoud en vorm gaan hand in hand

Of je nu van nature introvert of extravert bent, iedereen wil gehoord en gezien worden. Toch zijn er zo veel situaties waarin een goed gesprek, een mooie presentatie of een sterk onderbouwd vergaderstuk niet de ruimte krijgt die het verdient. Niet omdat degene die spreekt een slechte boodschap heeft, maar doordat persoonlijke presentatie en non-verbale communicatie in de weg zitten.

Wanneer luister jij geboeid naar een ander? En wanneer juist niet? Zorgen dat er naar je geluisterd wordt (online en offline), begint bij weten waarom we wel of niet geneigd zijn te luisteren naar een ander. De volgende stap is weten hoe dit er bij jou uitziet. Wat is kenmerkend voor hoe jij overkomt? En hoe ziet dat eruit wanneer de druk oploopt?

Je eigen stijl van communiceren kennen én hier grip op krijgen is een belangrijke sleutel voor succesvol presenteren. Toon, ritme, adem, houding, kleding: ze kunnen het verschil betekenen tussen goed of slecht overkomen. Tussen draagvlak of weerstand. Tussen duidelijk zijn of dwingend. Tussen net niet handig reageren of in een vergadering je gesprekspartner(s) juist mild stemmen. En tussen je doel bereiken of na afloop met een slecht gevoel zitten.

Denk aan een presentatie voor mogelijke nieuwe opdrachtgevers waarbij je te snel gaat praten, een constante glimlach op je gezicht hebt en hoog ademt. Je verliest hierdoor aan geloofwaardigheid en krijgt geen nieuwe opdrachten.

Of denk aan de dominante bestuurder die met luid volume, strakke grote gebaren en opgetrokken wenkbrauwen zijn punt inbrengt in de vergadering. De kans dat dit zorgt voor een open luisterhouding van de collega's is niet zo groot.

Dit soort situaties waarbij de non-verbale communicatie de inhoud niet ondersteunt, komt voor op alle niveaus en op allerlei plekken en gaat hoe dan ook ten koste van de inhoud en een goed gesprek.

Waarom dit boek?

Er zijn diverse boeken over presenteren en persoonlijke communicatie met allerhande tips en tricks, die je niet leren hoe je je dit echt eigen kunt maken. En dat is jammer, want trucjes zorgen daarbij zelden voor meer geloofwaardigheid, vertrouwen of autoriteit.

Andere boeken pleiten juist voor authenticiteit. Zelfs als dat leidt tot stuntelen, kwetsbaarheid en ongemak op het podium. We houden tenslotte allemaal van het kijken naar echte mensen en het moet niet te gelikt worden. In deze gevallen wordt eraan voorbijgegaan dat je weliswaar mens bent, maar je ook staande moet houden in je rol, wat die rol ook is. Niet in iedere rol is te veel kwetsbaarheid gewenst.

Zowel trucjes die niet zijn eigengemaakt als te veel kwetsbaarheid: als je op professioneel niveau wilt pres(en)teren, vind ik het geen aanraders. Ik geloof dat je volledig authentiek kunt spreken in elke situatie als je weet wie je bent, als je jouw lichaam kent en daarnaast vaardigheden en techniek traint. Niet als trucje, maar om in je persoonlijke gereedschapskist te stoppen, zodat je het kunt gebruiken als het nodig is. Dit boek is er dan ook om bij te dragen aan een wereld waarin mensen naar elkaar kunnen luisteren en zich met elkaar kunnen verbinden. Professioneel en daarbuiten.

Dit begint bij bewustzijn van wat je zelf allemaal communiceert zonder dat je wist dat je communiceerde. Zodat jij volledig als jezelf kunt kiezen wat past bij de context en bij jou. Na het lezen van dit boek, vol theorie, voorbeelden en oefeningen weet jij hoe het brein van je gesprekspartner of publiek werkt (net als je eigen brein). Je weet hoe jij je visueel en vocaal kunt afstemmen op je doel en op je gesprekspartner, zodat je je persoonlijke doelen ook behaalt.


Leeswijzer

In hoofdstuk 1 gaan we terug naar de basis van communicatie en worden de kaders geschetst van dit boek. In hoofdstuk 2 duiken we in de breinwerking en hormonen van jou als spreker en van je publiek. In hoofdstuk 3 ontdek je meer over verschillende spreekstijlen en waarom je met de één veel makkelijker een gesprek kunt aangaan dan met de ander. In hoofdstuk 4 komen alle ingrediënten van onze persoonlijke presentatie aan bod. In hoofdstuk 5 zoomen we in op je adem en wat het effect hiervan is op je presentatie en op je publiek. In hoofdstuk 6 bekijken we wat lichaamshouding doet met je boodschap. In hoofdstuk 7 ontdek je de kracht van je stem en zie je wat intonatie, ritme en klank voor effect hebben op je boodschap. In hoofdstuk 8 bewijzen we het effect van spraak en articulatie op je geloofwaardigheid. In hoofdstuk 9 vind je alles over lichaamstaal en beweging. In hoofdstuk 10 ontdek je het effect van je kleding op je boodschap en je presentatie. In hoofdstuk 11 gaan we de grens over voor de culturele verschillen in persoonlijke communicatie en presentatie en in hoofdstuk 12 lees je de do's en don'ts van online presenteren en vergaderen. De samenvatting vormt het besluit.



Hoofdstuk 1

**EEN SUCCESFORMULE
VAN COMMUNICATIE**



'Een van mijn medewerkers is inhoudelijk zo goed, briljant bijna, maar niemand gelooft hem.' Dit zei een burgemeester op zoek naar een oplossing om deze medewerker te kunnen behouden. Je hebt niks aan een briljant verhaal als niemand naar je luistert.

Friedrich Nietzsche: 'Man widerspricht oft einer Meinung, während uns eigentlich nur der Ton, mit dem sie vorgetragen wurde, unsympathisch ist.'

Tegen wie praat je?

Praat jij weleens met jezelf? Of bereid je een presentatie in je hoofd helemaal voor? Een innerlijk gesprek is meestal niet zo moeilijk. Jij begrijpt jezelf en je boodschap helemaal. Of op zijn minst denk je dat. Maar meestal is er minimaal één andere persoon betrokken bij je boodschap: de luisteraar of gesprekspartner. Er is sprake van interactie. Dat maakt het overbrengen van je boodschap meteen een stuk lastiger. Ook als je een video opneemt in je eentje is er een publiek dat daarnaar gaat kijken en waar je dus rekening mee moet houden. Iedere vorm van communicatie is interactie.

Wat zend jij en wat ontvangt de ander? Is wat jij denkt dat je uitzendt ook wat de ander ontvangt? De signalen die we uitzenden zijn vaak onbewust en diepgeworteld in ons systeem. Bij onszelf, maar ook bij de ander. We hebben allemaal een ander referentiekader van waaruit we een boodschap interpreteren of (be)oordelen. Als jij bijvoorbeeld uit een familie komt waar relatief zacht wordt gesproken, dan voelt het voor jou snel alsof anderen hard spreken. Hetzelfde geldt voor langzaam en snel spreken.

Er zijn legio stijlen van spreken en communiceren. Dat verklaart ook waarom we met de ene gesprekspartner zo makkelijk een gesprek voeren, terwijl het met de ander moeizamer verloopt, hoe zorgvuldig je je woorden ook kiest. Of waarom we naar de ene persoon ademloos luisteren en alles meteen voor waarheid aannemen, terwijl we bij een ander afhaken als die exact hetzelfde zegt. Dat heeft dus weinig met de inhoud te maken en alles met de vorm. De verschillende stijlen komen in hoofdstuk 3 uitgebreid aan bod.

Verbaal en non-verbaal

De bewuste keuze van wat je uitzendt in je totale communicatie beperkt zich op professioneel vlak vaak tot het verbale deel: de inhoud en de woorden die je kiest voor je boodschap. We studeren vaak jaren op de inhoud. Maar dit is slechts een klein deel van de totale impact die jij maakt. We weten alleen vaak niet écht hoe dat non-verbale deel voor ons werkt en hoe we erop kunnen sturen.

Welk deel van onze communicatie is verbaal en welk deel is non-verbaal? Hier is veel over geschreven. Een bekend onderzoek van hoogleraar psychologie Mehrabian toonde ooit aan dat 93 procent non-verbaal is en 7 procent verbaal. Deze cijfers zijn al vaak gebruikt – en zeker net zo vaak misbruikt – om duidelijk te maken hoe belangrijk het non-verbale deel van je communicatie is.

Mehrabian heeft echter niet geconcludeerd dat de inhoud niet belangrijk is en dat het enkel gaat om hóé je het zegt. Wat heeft Mehrabian dan wél geconcludeerd?

Volgens F. Schulz von Thun bestaat een boodschap uit vier aspecten. Hij onderscheidt onder meer naast het zakelijke aspect, de inhoud, de manier waarop we de boodschap uitdrukken, het expressieve aspect. Als deze twee niet congruent zijn, niet met elkaar overeenstemmen, dan heeft ons brein een duidelijke voorkeur voor een van de twee. En dat is niet de inhoud. We vinden de toon, mimiek, bewegingen en wat we zien aan kleuren en vormen (kleding) dan al snel geloofwaardiger dan de inhoud.



Afbeelding 1: Vorm en inhoud kunnen niet zonder elkaar

De inhoudelijke boodschap kan nog zo helder zijn – 'Ik ben niet blij' – maar als dit niet klopt met de vorm, geloven we het niet. Gezien dit onderscheid heeft Mehrabian vooral het belang van congruentie aangetoond. Afhankelijk van de context kan het belang van het zakelijke aspect versus het expressieve aspect wisselen.

De formule voor een effectieve boodschap

Zoals schrijfster en dichter Maya Angelou zei: *'Words mean more than what is set down on paper. It takes a human voice to infuse them with meaning.'*

Geschreven communicatie is bij uitstek geschikt voor het overbrengen van feitelijke inhoud. Om meningen, gevoelens en interactie te verkrijgen is je persoonlijke presentatie onmisbaar. En voor effectieve gesproken communicatie kunnen vorm en inhoud niet zonder elkaar.

Effectief of niet?

Wanneer is communicatie effectief? Hoe effectief je persoonlijke communicatie is hangt af van je doel.

Met een presentatie, gesprek of vergaderstuk kun je bijvoorbeeld informeren, activeren, gedragsverandering op gang willen brengen, gevoelens delen of meningen achterhalen.

Is informeren jouw doel? Dan is de communicatie effectief wanneer na evaluatie blijkt dat de informatie goed is overkomen. Wil je aanzetten tot gedrag, dan is de communicatie effectief wanneer na evaluatie blijkt dat je publiek of gesprekspartner ander gedrag is gaan vertonen.

Voor je gaat spreken in welke professionele setting dan ook, is het dus zaak dat je helder hebt wat je doel is.

Een goed verhaal

We kunnen effectieve communicatie ontrafelen in twee onderdelen: kwaliteit en acceptatie. De kwaliteit van je boodschap wordt bepaald door een goede inhoud. Een verhaal dat hout snijdt en beargumenteed is. Een perfecte presentatie op papier of een vergaderstuk met kloppende feiten en cijfers op een rij. Naast deze feitelijke inhoud breng je de kwaliteit van je boodschap omhoog door een goede kernboodschap, heldere opbouw van je verhaal en het gebruikmaken van storytelling elementen zoals humor, anekdotes en spanningsopbouw.

Vriend, voorbeeld of autoriteit?

Om je boodschap te laten landen, heb je meer nodig dan een goede boodschap. Namelijk de acceptatie van je gesprekspartner of publiek. Willen mensen wel luisteren en iets van je aannemen? Zelden bepaalt de kwaliteit van de boodschap of we deze ook willen accepteren. Acceptatie van de boodschap hangt grotendeels af van de zender en zijn of haar presentatie en non-verbale kwaliteiten. Het luisterbrein maakt steeds de overweging: Geloof ik jou? Vind ik je aardig? Heb ik hier iets aan? Is het antwoord op een van deze vragen 'nee', dan haak je deels of helemaal af.

Volgens Pacelle van Goethem, auteur van het boek *IJs verkopen aan eskimo's*, zijn we geneigd van drie soorten mensen iets aan te nemen: een vriend, een voorbeeld of een autoriteit. Je kunt dus niet alleen invloed uitoefenen op de kwaliteit van je boodschap, maar ook op de acceptatie hiervan als je weet hoe je je kunt presenteren als vriend, voorbeeld of autoriteit.

Effectieve communicatie en het behalen van je doel op dat moment hangt dus af van twee aspecten die leiden tot de formule $E = K \times A$. Deze formule gaat helemaal terug naar de basis van communicatie en is zo logisch dat we hem heel vaak vergeten.

$$E = K \times A$$

*Effectieve communicatie = Kwaliteit van de boodschap
x Acceptatie van de boodschap*

Authentiek of niet

Wil je invloed uitoefenen op de acceptatie van je boodschap, dan is het belangrijk dat je allereerst weet wat je nu doet. Wat vertelt jouw stem? Wat communiceert je mimiek of je houding? Ben jij je volledig bewust van wat je vocaal en visueel uitzendt? De kans is groot dat het antwoord 'nee' is.

Ook als je wel weet wat je non-verbaal laat zien, dan is nog de vraag: Is wat je uitzendt ook kloppend bij jou en bij de situatie? Of heb je ongemerkt al behoorlijk wat aangepast? Ik hoor regelmatig: 'Ik ben gewoon mezelf, moet ik dan trucjes gaan leren?'

Trucjes leren is zelden een goed idee en jezelf zijn en authenticiteit zijn voorwaarden om gehoord te worden. Maar de ervaring leert dat je persoonlijke presentatie, waarvan je denkt dat je daarin helemaal jezelf bent, vaak doorspekt is van aanpassingen door de jaren heen.

Dit kunnen aanpassingen zijn aan maatschappelijke normen (ik moet wel vriendelijk gevonden worden), aannames over jezelf (ik mag niet te veel ruimte innemen, ze luisteren toch niet naar mij), aannames over de ander (hij zal wel weer met kritiek komen) of over functie en rol (ik mag niet over me heen laten lopen, ik moet wel autoriteit uitsralen).

In de onderstaande tabel zie je hoe deze aanpassingen eruit kunnen zien en wat het effect op je persoonlijke presentatie kan zijn. Wellicht herken je dingen bij jezelf of mensen om je heen?

Tabel 1: Aanpassingen die we vaak onbewust doen in onze non-verbale communicatie

Oorzaak	Gedachten	Hoe het eruit kan zien
<i>Maatschappelijke normen</i>	<i>Ik moet wel aardig gevonden worden.</i>	<i>Hoger praten, heel beweeglijk.</i>
<i>Aannames over jezelf</i>	<i>Ik mag niet te veel ruimte innemen.</i>	<i>Zacht spreken. Houding teruggetrokken.</i>
<i>Aannames over de ander</i>	<i>Hij komt vast weer met kritiek.</i>	<i>Staccato, scherper geluid.</i>
<i>Functie en rol</i>	<i>Ik mag niet over me heen laten lopen, ik moet wel autoriteit uitstralen.</i>	<i>Groot maken, luid spreken, jezelf 'opblazen'.</i>

Drie belangrijke aspecten die ons als mens drijven en motiveren vinden we in de zelfdeterminatietheorie. Als deze basisbehoeften in het gedrang zijn kan dit effect hebben op onze persoonlijke presentatie en (non-verbale) communicatie.

De drie pijlers volgens de zelfdeterminatietheorie:

1. **Autonomie** – eigen keuzes maken en vrij zijn
2. **Verbinding** – sociale acceptatie, verbondenheid met de omgeving en vertrouwen
3. **Competentie** – controle over wat we doen, het verschil maken en vertrouwen in ons eigen kunnen

Deze drie pijlers zijn even belangrijk, maar kunnen elkaar wel uit balans brengen of worden tegengewerkt door externe factoren.