

EBOOK

Begrijpelijk en duidelijk communiceren

Goed communiceren is een vak op zich

Pagina-indeling	1	Doelgroep en doel
	2	Taalgebruik
	3	Tekst schrijven
	4	Mondelinge communicatie
	5	Bronnen

Auteur

Gabor Mooij

MediaMyne

Maanlander 41
3824 MN Amersfoort

Telefoon 033 450 50 80
info@mediamyne.nl
www.mediamyne.nl

Begrijpelijk en duidelijk communiceren

Goed communiceren is een vak op zich. Dat geldt ook voor de interne communicatie met je collega's. Gelukkig kun je begrijpelijk en duidelijk communiceren net als andere vaardigheden leren. Dit ebook vertelt je waar je op moet letten.

In het ebook komen de verschillende onderdelen naar voren waarmee je bij interne communicatie te maken hebt. Je leest eerst meer over de algemene uitgangspunten om begrijpelijk en duidelijk te communiceren in de vorm van de doelgroep en het doel waar je van uitgaat. Vervolgens komt taalgebruik aan de orde, gevolgd door het goed en helder schrijven van teksten. Tot slot gaat dit ebook in op mondelinge communicatie.

1. --- DOELGROEP EN DOEL

Alle communicatie start bij je doelgroep en doel. De vorm en stijl van je communicatie hangt af van je doelgroep. Bij interne communicatie zijn je collega's je doelgroep. Omdat je dagelijks met hen omgaat, weet je hoe deze doelgroep eruit ziet. Toch doe je er goed aan om hier extra op te letten bij meer formele communicatie zoals nieuwsbrieven, blogs, presentaties, instructies en vergaderingen. Stem je boodschap af op het kennis- en ervaringsniveau van je collega's en hun taalgebruik.

Het is ook belangrijk dat de inhoud van je boodschap aansluit op de informatiebehoefte van je collega's. Stel daarvoor kritische vragen zoals:

- Waarom moeten mijn collega's dit weten?
- Zitten mijn collega's hier op te wachten?
- Is dit relevant en interessant?

Daarnaast is je doel van belang, oftewel wat je bij je collega's wilt bereiken. Het kan gaan om:

- Informeren: je geeft (alleen) objectieve informatie. Voorbeelden zijn informerende brochures of blogs, nieuws- of achtergrondartikelen en inhoudelijke presentaties.
- Instrueren: je communiceert hoe een collega iets het beste kan doen. Voorbeelden zijn een handleiding en mondeling instructie.
- Activeren/werven/overtuigen: je wilt met je boodschap je collega's tot een bepaalde actie aanzetten. Voorbeelden zijn een betoog tijdens een vergadering of een column in een personeelsblad.

Per doel zal je communicatie verschillen. Bij informeren staat kennisoverdracht centraal. Instrueren draait om het begrijpelijk en toegankelijk maken van een onderwerp. Voor activeren telt een goed opgebouwd en inhoudelijk sterk verhaal. In de volgende paragrafen komen deze elementen steeds terug.

Van belang is tenslotte hoe en waar je je interne doelgroep het beste kunt benaderen. Je kunt kiezen voor een presentatie als je het onderwerp wilt uitleggen aan een grotere groep mensen. Wil je iets individueel uitleggen, dan kies je voor een afspraak of een telefoongesprek. Reserveer voor het toelichten van een ingewikkeld of belangrijk onderwerp een ruimte waar je zonder afleiding het onderwerp kunt uitleggen.

2. --- TAALGEBRUIK

De basis voor het goed communiceren met je collega's is de taal die je gebruikt. Moeilijke woorden, woordcombinaties en zinnen en de stijl van een tekst kunnen een begrijpelijke, duidelijke en overtuigende communicatie behoorlijk in de weg zitten. Hieronder volgen een aantal praktische aandachtspunten.



Moeilijke woorden

Een eerste punt is het vermijden van onnodig moeilijke woorden. Gebruik daarvoor eenvoudigere synoniemen of geef een toelichting bij vaktaal of wetenschappelijke uitdrukkingen. Stel dat je nieuwe, ergonomische toetsenborden hebt besteld. Dan kan je dit als volgt in een nieuwsbrief communiceren aan je collega's: 'Volgende maand vervangen we de huidige toetsenborden door ergonomische toetsenborden. Dat zijn toetsenborden die gezond, efficiënt en comfortabel werken bevorderen'.

Gebruik ook geen onnodig lange, samengestelde woorden. Vaak kan je deze gemakkelijk met meerdere woorden omschrijven. Een alternatief voor 'computerhardwareverkoper' is bijvoorbeeld 'verkoper van hardware voor computers'. Ga ook ouderwetse woorden of formuleringen uit de weg. Die maken een tekst taai en dus moeilijk te volgen. Dus bijvoorbeeld niet: 'Dit is hetgeen gisteren ter tafel kwam'. Maar wel: 'Dit bespraken we gisteren'.

Neem verder niet te snel woorden over uit een andere taal. Vaak is er een goed Nederlands woord voor. In plaats van 'Ons bedrijf ontving een award op het gebied van webdesign', kan je ook 'Ons bedrijf ontving een prijs voor het ontwerpen van websites' gebruiken.



Ingewikkelde woordcombinaties

Ook ingewikkelde woordcombinaties kunnen het leven van een lezer moeilijk maken. Gebruik bijvoorbeeld geen moeilijke voorzetselconstructies. Vaak kan je deze vervangen door één voorzetsel. 'Het ging om een besluit met betrekking tot de nieuwe orders' kan ook zo: 'Het ging om een besluit over de nieuwe orders'.

Zogeheten bijvoeglijke bepalingen voor een zelfstandig naamwoord kunnen een tekst taai maken als ze te lang zijn. 'Zij is verantwoordelijk voor het op de afdelingsvergadering

vastgestelde beleid' ('op de afdelingsvergadering vastgestelde' is de bijvoeglijke bepaling), kan je beter formuleren als: 'Zij is verantwoordelijk voor het beleid dat is vastgesteld op de afdelingsvergadering'.

Gebruik ook niet 'degene die', 'dat wordt gedaan door' of 'het feit dat'. Dus niet: 'De projectleider is degene die over de aankopen gaat', maar wel: 'De projectleider gaat over de aankopen'.

Pas daarnaast op met afkortingen voor woordcombinaties zoals m.u.v., n.a.v., t.a.v., m.b.t. Afkortingen vertragen de leesnelheid, komen gehaast over en zorgen voor onduidelijkheid. Zo kan t.g.v. bijvoorbeeld staan voor 'ten gevolge van', 'ten gunste van' en 'ter gelegenheid van'. Kort woorden ook niet 'in', zoals bijv. of incl. Dit staat slordig en de punten leiden af in de tekst.

Tip: Lees je tekst hardop. Dan ontdek je snel overbodige of langdradige woorden of uitdrukkingen. Ook fouten krijg je zo eerder in beeld.



Lange zinnen

Te lange zinnen zorgen voor onduidelijke en moeilijk te volgen teksten. Maak daarom je zinnen niet te lang. Je kunt een lange zin vaak gemakkelijk opsplitsen door van het zinsdeel na een komma of na 'en' een aparte zin te maken. Een voorbeeld is de volgende zin uit een rapport: 'Om de risico's en de kosten van de overgang te reduceren heeft het bestuur gekozen voor een zogenaamde 'warme' overgang, dat wil zeggen met het meenemen van mensen en middelen uit het bestaande bedrijf, waarbij een deel van het bedrijf is afgesplitst en verzelfstandigd.'

In opgesplitste vorm zien de zinnen er zo uit:

'Het bestuur koos voor een zogenaamde 'warme' overgang om de risico's en de kosten van de fusie te beperken. Dit betekende dat een deel van het bedrijf zelfstandig werd met behoud van de apparatuur en het personeel.'



Align-justify Stijl

Ook de stijl is belangrijk voor de duidelijkheid, begrijpelijkheid en impact van een tekst. Zo gebruiken veel schrijvers passieve taal in hun tekst. Dit maakt een tekst vaag en vervelend om te lezen. Passieve taal (met worden of zijn: 'er werd gezegd', 'het huis is verkocht') laat namelijk in het midden wie of wat het onderwerp is. Schrijf of spreek daarom zoveel mogelijk 'actief'. Dit maakt je tekst krachtiger en duidelijker. Je kunt passieve omzetten in actieve taal door bij een passieve zin steeds 'door' aan de zin of het zinsdeel toe te voegen en te vragen 'door wie?'

Er werd gezegd – door de manager.

Het huis is verkocht – door mijn buurman.

Je kunt dit dan herschrijven als:

'De manager zei ...'

'Mijn buurman verkocht het huis.'

Verder is het qua stijl belangrijk om niet te overdrijven en teksten zakelijk te houden als je collega's wilt overtuigen. Vermijd daarom superlatieven (enorm goed, verbazingwekkend) of emotionele taal (ik snap niet waarom..., je zou wel gek zijn als je niet...). Voor een heldere uitleg is met name een eenvoudig en toegankelijk taalgebruik belangrijk, zoals hiervoor aan de orde kwam.

Tekstberichten

Interne communicatie via e-mail, WhatsApp of social media krijgt vaak te weinig aandacht. Let erop dat ook de informatie die je via deze kanalen verstuurt duidelijk en begrijpelijk is voor je collega. Formuleer precies want tekstberichten leiden snel tot verwarring. Reageer niet te snel bij irritaties. Laat een situatie eerst bezinken voordat je reageert. Je loopt anders het risico dat je iets verstuurt dat je later betreurt. Beantwoord vragen waarop je een uitgebreid of ingewikkeld antwoord moet geven mondeling. Dat scheelt tijd en je kunt eventuele vervolgvragen ook meteen afhandelen.

3. --- TEKST SCHRIJVEN

Een goed taalgebruik is niet voldoende, je moet al die woorden en zinnen zo inzetten dat ze leiden tot een heldere, duidelijke en overtuigende tekst. Dat start met een goede opbouw waarna je de tekst kunt aanvullen met afbeeldingen of zelfs filmpjes om deze (nog) aantrekkelijker te maken.



Opbouw

De opbouw is bepalend voor een goede tekst. Een sterke opbouw zorgt ervoor dat de boodschap zo goed mogelijk aan komt bij je publiek. Het begin van de tekst moet de kern van je boodschap bevatten. Deze prikkelt je collega's om verder te lezen (of te luisteren). In het middendeel kan je ingaan op de verschillende onderdelen van je onderwerp. Eindig daarna de tekst met conclusies of een overzicht van de belangrijkste aandachtspunten of argumenten.

Voor alinea's in een tekst geldt een gelijke opbouw. Een alinea heeft een omvang van tussen de vijf en zeven zinnen. Begin de alinea met de kernzin. Deze bevat je belangrijkste trefwoorden. De kernzin kun je vervolgens in enkele zinnen uitwerken. De laatste zin van de alinea is dan de concluderende afsluiter.

Tekstblokken met daartussen witregels geven de lezer meer overzicht. Je kunt daarvoor de tekst opdelen in blokken van één of enkele alinea's. Boven de blokken kun je een tussenkopje zetten dat de inhoud van het blok weergeeft. Het tussenkopje kan uit één of enkele kernwoord(en) bestaan uit de bijbehorende alinea('s).

Zet altijd vooraf op een rij waar je het over wilt hebben, of het nu om een nieuwsbrief gaat of om een mailtje. Houd deze punten in de gaten en let erop dat je niet afdwaalt. Let daarnaast op de logica van je verhaal. Zorg dat de verbanden kloppen en dat de feiten elkaar niet tegenspreken.



File-text Tekst aantrekkelijker maken

Is de opbouw in orde dan kun je de tekst gemakkelijk nog aantrekkelijker maken voor de lezer. Bij een tekst van meerdere pagina's of per hoofdstuk van een boek of rapport kun je bijvoorbeeld een samenvatting van ongeveer een alinea opnemen. Zo help je de lezer die geen tijd heeft voor de hele tekst en de lezer die graag een goede samenvatting wil.

Ook kaders met aandachtspunten, opsommingen van de hoofdpunten of tips zijn handig voor mensen die niet veel tijd hebben om je tekst te lezen. Daarnaast is het handig voor lezers die eerst je tekst scannen voordat ze besluiten verder te lezen.

Verder zijn tabellen, grafieken, afbeeldingen, foto's en filmpjes goede aanvullingen op een tekst. Met tabellen en grafieken breng je gemakkelijk cijfers en trends in beeld. Afbeeldingen, foto's of filmpjes kun je bijvoorbeeld gebruiken om producten te laten zien of een bepaalde actie of handeling uit te leggen.



Puntjes op de i

Bij de tekst die er vervolgens ligt, kun je de puntjes op de i zetten door de volgende vragen te stellen:

- Begrijpt de doelgroep wat ik bedoel?
- Komt mijn boodschap goed over?
- Kloppen alle verbanden die ik leg?
- Is de tekst vrij van spellingfouten of grammaticale fouten?

Leg daarnaast je tekst voor aan enkele collega's of bekenden. Vraag ze of je boodschap duidelijk en begrijpelijk is. Het door anderen laten lezen levert altijd welkome suggesties op.

Laat je tekst een dag of enkele dagen liggen. Lees hem dan nog een keer voordat je hem verspreidt of presenteert. Je kijkt er dan met een frisse blik naar en ziet altijd nog wel fouten en onduidelijkheden.

4. MONDELINGE COMMUNICATIE

Er zijn veel manieren waarop je mondeling communiceert op je werk. Je hebt veel contact met collega's die je regelmatig wat uit moet leggen. Daarnaast is er de meer formele mondelinge communicatie in de vorm van het geven van een presentatie of het toelichten van een onderwerp of standpunt bij een vergadering. Daarbij komen alle drie communicatiedoelen terug, dus informeren, instrueren en activeren/overtuigen. Voor de mondelinge communicatievormen gelden specifieke aandachtspunten die hieronder aan de orde komen.



Mondeling uitleggen

Leg je mondeling iets uit aan één of enkele collega's dan zijn er drie aandachtspunten om dat goed te laten verlopen.

1. Vraag om feedback

Ga na of je voldoende informatie hebt gegeven en of je antwoorden duidelijk zijn. Stel een controlevraag om te kijken of je gesprekspartners je goed begrepen. Vraag bij een langer verhaal of ze de kern van je uitleg willen samenvatten

2. Geef zelf feedback

Geef feedback als je de indruk hebt dat de ander je niet goed begrijpt. Doe dat ook als je gesprekspartners niet goed naar je luisteren. Je doet moeite om iets goed uit te leggen en je hebt recht op aandacht van je publiek.

3. Goed afsluiten

Vraag je publiek of ze je uitleg voldoende duidelijk vonden en waarom wel of niet. Zo steek je weer wat op voor een volgende keer.

Let bij mondelinge uitleg verder op de volgende zaken:

- een duidelijke en stapsgewijze aanpak, bepaal vooraf wat je gaat zeggen en in welke volgorde;
- houd de rode lijn van je boodschap vast;
- concrete voorbeelden geven bij abstracte en complexe onderwerpen;
- vlot en actief taalgebruik;
- eenvoudige woorden en zinnen;
- de kennis en achtergrond van je gesprekspartner;
- signalen van desinteresse of onbegrip zoals wegstijven of onderuit zakken;
- genoeg ruimte voor de ander om te reageren en vragen te stellen;
- een samenvatting van een langere uitleg aan het einde van het gesprek.

Telefonisch toelichten

Let er bij een telefoongesprek op dat je duidelijk en niet te snel praat. Maak eventueel een soort belscript als je veel wilt bespreken. Je kunt dan tijdens het bellen de verschillende punten op het lijstje afhandelen. Bij een telefoongesprek zie je de lichaamshouding van je gesprekspartner niet. Vraag daarom altijd expliciet of je uitleg duidelijk is.



Object –group Goed presenteren

Met presenteren kun je een onderwerp aan een grote(re) groep uitleggen of een groep overtuigen van een standpunt. Pas de volgende stappen toe voor een goede presentatie:

1. Bepaal het doel van je presentatie

Zie hiervoor de eerdere paragraaf over doelgroep en doel.

2. Verplaats je in je publiek

Ga uit van wat je collega's willen weten. Wil je collega's van iets overtuigen dan is het belangrijk dat je argumenten en voorbeelden kiest die passen bij hun beleving.

3. Let op de wisselwerking met je publiek

Kijk tijdens je presentatie op of je publiek je goed kan volgen en je presentatie interessant vindt. Heb je twijfels dan kan je hiernaar informeren en vragen wat beter kan.

4. Opbouw presentatie

Net als een tekst bestaat een presentatie uit een prikkelende inleiding, een uitwerking in een middenstuk en een concluderend slot.

5. vragen beantwoorden

Je kunt je publiek het beste vragen laten stellen aan het eind van je presentatie. Vragen tussendoor onderbreken je verhaal te veel. Geef echter wel ruimte voor vragen die niet kunnen wachten tot het einde van de presentatie. Vraag wat een toehoorder precies bedoelt, als je zijn of haar vraag niet goed begrijpt. Controleer verder of je antwoord duidelijk is door te vragen of je de vraag voldoende hebt beantwoord.



Vergaderingen

Bij vergaderingen komen veel communicatievaardigheden samen. Een aantal van deze punten kwamen in de vorige paragrafen naar voren. Let daarnaast op de volgende specifieke vergaderpunten:

- bekijk vooraf wat de bedoeling van de vergadering is, of alle agendapunten duidelijk zijn en of je voldoende informatie hebt;
- bepaal je doel voor de vergadering en wat je inbreng tijdens de vergadering zal zijn, noteer vooraf je aandachtspunten en argumenten;
- bereid je goed voor op de vergadering en lees de vergaderstukken door;
- geef aanvullende agendapunten op tijd aan de voorzitter door;
- spreek alleen over punten die op de agenda staan;
- beperk je tot het agendapunt dat aan de orde is;
- wacht tot je de aandacht hebt, voordat je begint te spreken en praat niet door anderen heen;
- praat kort en bondig en vermijd details of persoonlijke 'stokpaardjes';
- vat een mening van een collega samen om na te gaan of je hem of haar goed hebt begrepen;

- geef feedback als iemand de vergadering negatief beïnvloedt (door de besluitvorming te verstoren, te lang te praten of door onderonsjes met andere deelnemers);
- drijf je standpunten niet tot het uiterste door, maar maak ook wel eens een pas op de plaats;
- luister goed naar de andere deelnemers voordat je reageert;
- kijk naar het non-verbale gedrag van de andere deelnemers, wat vinden ze van je inbreng of uitleg?;
- kom tot duidelijke conclusies en leg deze voor aan je collega's.

Een vak apart

In dit ebook las je over de vele aspecten van begrijpelijk en duidelijk intern communiceren. Allereerst kwamen je doelgroep en doel aan bod. Het is belangrijk om hier kritisch naar te kijken en deze helder te hebben voordat je begint met de communicatie zelf.

Daarna schonken we aandacht aan het taalgebruik. Hierbij speelt het voorkomen van te moeilijke woorden, woordcombinaties en zinnen een rol en het toepassen van een actieve en zakelijke stijl.

Ten derde behandelde het ebook het schrijven van een tekst. Daarbij is de opbouw van tekst en alinea's belangrijk met een prikkelend intro, een verklarend middendeel en een concluderend slot. Tekstblokken en witregels maken een tekst overzichtelijker. Een tekst is gemakkelijk aantrekkelijker en boeiender te maken met tabellen en visuele middelen zoals foto's, grafieken en filmpjes.

Tot slot kwam mondeling communiceren aan de orde. Bij het geven van uitleg is feedback erg belangrijk. Voor een geslaagde presentatie is een goede opbouw het halve werk. Daarnaast is het belangrijk om aandacht te schenken aan een goede wisselwerking met het publiek tijdens een presentatie. Voor vergaderen gelden specifieke punten op het gebied van bij de agendapunten blijven, geven van feedback en goed luisteren naar de andere deelnemers.

Begrijpelijk en duidelijk (intern) communiceren is een vak apart en verdient veel aandacht. Hoe meer je de aandachtspunten echter toepast, hoe gemakkelijker en meer vanzelfsprekend het wordt.

5. BRONNEN

Mooij, Gabor, Vergaderingen... regel je zo, Kluwer, Alphen aan den Rijn: Kluwer, 2009

Mooij, Gabor, Moeilijke onderwerpen begrijpelijk formuleren, Kluwer, Alphen aan den Rijn: Kluwer, 2012

MEDIAMYNE®

SHARECOMPANY

MEDIAMYNE® | internal
communication
solutions

+31 (0) 33 450 50 80

| info@mediamyne.nl

| www.mediamyne.nl