

Doelgericht communiceren in gesprekken. Deel 1: professionele en alledaagse gesprekken

24 december 2021 GUUSJE JOL & WYKE STOMMEL

Deze bijdrage gaat over 'doelgericht communiceren' in gesprekken. Uitslagen van medisch onderzoek bespreken, een spaarproduct verkopen, advies vragen... We voeren de hele dag gesprekken en gespreksdeelnemers hebben allerlei doelen, maar gespreksdoelen kun je alleen bereiken samen met je gesprekspartner. Hoe werkt dat?

De weg naar een gespreksdoel wordt nooit door één spreker alleen afgelegd, want ook door op de goede momenten niets te zeggen, of alleen “hm”, kan iemand bijdragen aan doelgerichte communicatie. Een gezaghebbende onderzoeksbenadering op het gebied van doelgerichte mondelinge communicatie is conversatieanalyse (zie voor een beknopte toelichting van deze en verwante benaderingen: Houtkoop & Koole, 2000).

Voor conversatieanalyse gaat het bij doelgerichte communicatie vooral om de vraag hoe gesprekspartners gezamenlijk doelen bereiken. Conversatieanalisten zien gespreksdoelen niet als intenties van deelnemers ('in hun hoofd'), maar als iets wat observeerbaar is in taalgebruik, zowel voor andere gespreksdeelnemers als voor de analyticus.

Voorbeeld Een personeelsfunctionaris test in een gesprek of een sollicitant in de organisatie past, en toont dat doel aan de sollicitant door allerlei vragen te stellen en situaties voor te leggen. De sollicitant laat zien door die vragen te beantwoorden en op de situaties te reageren dat z/hij meedoet in dit project van de personeelsselecteur. Daarmee toont de sollicitant een doel heeft: aangenomen worden.

Doelen in professionele gesprekken

Doelen zijn vaak heel duidelijk in min of meer formele omgevingen zoals op school, aan het gemeenteloket, bij de huisarts en aan de telefoon met de klantenservice. Zulke gesprekken zijn doelgericht in die zin dat gespreksdeelnemers duidelijk proberen iets uit te leggen aan een leerling, een medische klacht te verhelpen of een dienst te leveren.

Expliciet doelen benoemen

Soms worden doelen expliciet benoemd, bijvoorbeeld in het volgende fragment uit een gesprek tussen een chirurg en een patiënt die twee weken eerder is geopereerd. De naam van de patiënt is een pseudoniem. (Zie een lijstje symbolen aan het einde van de tekst; voor meer uitleg zie [deel 3 -conversatieanalyse](#))

```
Fragment 1 Chir = chirurg, Pat = patiënt (#36 f2f)
1   Chir: zo: (.) welkom (.)meneer de breij.
2           (0.9)
3           uhhm (0.7) de operatie was achttien april.
4           ((5 regels weggelaten))
5   Chir: uh achttien april, en u bent hier (.) omdat we het
6           gaan hebben over de uitslag van het weefselonderzoek,
7   Pat:   ja
8   Chir: en omdat ik natuu'k van u wil horen hoe het met u gaat,
9   Pat:   ja: nf
10  Chir: uh >maar< laat ik maar be>ginnen< met de uitslag van het
11           weefselonderzoek
```

In regels 5-6 wordt het eerste doel van het gesprek benoemd 'het gaan hebben over de uitslag van het weefselonderzoek', en in regel 8 benoemt de chirurg een algemener doel 'horen hoe het met u gaat'. In dit fragment neemt de chirurg het voortouw in het gesprek door de doelen vast te stellen. Dit lijkt misschien vanzelfsprekend omdat het vaak op deze manier gaat. Toch is het niet vanzelfsprekend. Ten eerste noemen gespreksdeelnemers vaak niet of niet meteen wat de doelen van een gesprek zijn (zie fragment 2). Ten tweede kan de chirurg alleen zo te werk gaan doordat de patiënt hieraan meewerkt (zie de onproblematische 'ja's' in regels 7 en 9). De patiënt had in regel 2 bijvoorbeeld kunnen vragen naar hoe het met de chirurg ging, of zelf kunnen beginnen met een reeks klachten, of met een opmerking over het weer. Ook had de patiënt iets anders kunnen doen in regel 7, bijvoorbeeld een extra agendapunt invoegen: 'ik wilde eigenlijk ook nog vragen wanneer ik weer mag zwemmen met die wond'. Gesprekspartners hebben elkaars medewerking dus nodig om bepaalde doelen te bereiken in een gesprek.

Impliciet werken aan gespreksdoelen



In veel gevallen is het gespreksdoel niet expliciet, of wordt het pas later expliciet. In het volgende fragment belt een telemarketeer een potentiële klant over een spaarplan. De potentiële klant is eerder aangesproken op straat en heeft toen gegevens achtergelaten. De telemarketeer gebruikt die gegevens om deze potentiële klant te bellen met als kennelijk doel (zo blijkt in de loop van de gesprekken) een afspraak te maken. De telemarketeer heeft net een erg positief verhaal gehouden over het spaarplan en vraagt de potentiële klant om zijn mening over het spaarplan in regel 1.

Fragment 2: tm: telemarketeer: pr: potentiële klant

1 Tm: (hoe) vindt u dat klinken, meneer ((achternaam))
 2 (0.8)
 3 Pr: joah wee'k nie eig'lijk. wil 's even over eeh-
 4 ken je me daar wa vrijblijvend ook nog wat over sturen
 5 of [nie?
 6 Tm: [jah, .h nou ehm (.) wij sturen helaas geen
 7 informatie, om[dat die folder voor u precies 'tzelfde is
 8 Pr: [neu
 9 Tm: als v'r u- voor uw buurman .h[h
 10 Pr: [jah
 11 terwijl uw wensen en mogelijkheden niet 'tzelfde zijn.
 (Mazeland, 2001: 248-249, versimpeld en aangepast)

In regel 1 stuurt de telemarketeer aan op een positief oordeel over het spaarplan. Als de potentiële klant inderdaad zo'n positief oordeel uitspreekt over het spaarplan, maakt dat het lastiger voor de beoogde klant om later nee te zeggen. Anders is de klant niet consistent. De telemarketeer werkt dus duidelijk aan zijn doel, namelijk de klant zover krijgen dat die een afspraak maakt. Dit is wel zichtbaar, maar wordt niet expliciet benoemd, niet door de telemarketeer en niet door de beoogde klant. Gespreksdeelnemers kunnen dus een doelgericht karakter aan een gesprek geven door de dingen die ze *doen* in een gesprek, en door de manier waarop ze die dingen doen. Daarvoor is het niet nodig dat ze expliciet benoemen wat de gespreksdoelen zijn.

De beoogde klant gaat niet mee met wat de telemarketeer aan het doen is door een oordeel te weigeren (r. 3). In plaats daarvan stelt hij een wedervraag: of er niet wat informatie opgestuurd kan worden (r. 4-5). Hiermee heeft de beoogde klant de druk even afgewend en de bal ligt weer bij de telemarketeer. Dat is nog een voorbeeld dat laat zien dat de ene gesprekspartner de ander nodig heeft om doelen te bereiken, en dat een gesprekspartner dus ook weerstand kan bieden aan pogingen van een andere gesprekspartner om een bepaald doel te bereiken.

Een gespreksdoel komt pas tot leven als sprekers het als doel behandelen

Soms hebben gesprekken een doel 'op papier', een afspraak maken met een beoogde klant voor een spaarplan, een rechtszaak over voogdij afhandelen, of een medische diagnose vaststellen en een behandeling bepalen. Zo'n officieel gespreksdoel levert niet automatisch op dat het gesprek zelf (meteen) een doelgericht karakter krijgt. Ook niet als het gesprek plaats vindt in een ruimte die bedoeld is voor professionele interactie zoals een call center, rechtszaal of spreekkamer, met iemand die van beroep docent, rechter of arts is. Dat kunnen we zien in het volgende fragment, afkomstig uit een gesprek bij de huisarts. Het origineel is in het Engels; er is een Nederlandse vertaling toegevoegd.

Fragment 3: Doc: arts; Pat: patient

1 Doc: When did you do that hike.
Wanneer heb je die wandeling gemaakt.

2 Pat: Oh ((door slams))(1.1) (around) two three
Oh ((dichtslaande deur)) (1.1) (ongeveer) twee drie

3 weeks ago,
weken geleden,

4 (Doc): hhhh

5 Pat: .hh An'I mean it was hotter than uh ()
.hh En ik bedoel het was warmer dan uh ()

6 Doc: (Cu-) Did that on uh Sunday?
() Was dat op uh zondag?

7 Pat: .hh Saturday.
.hh zaterdag.

8 Pat: ((sniff)) That- that- that night (0.2) (it)
((snuf)) die- die- die nacht (0.2) ()

9 started tuh rain, an' then it hailed. [Oh my god.
ging het regenen, en toen hagelde het. [Oh mijn god.

10 Doc: [Mm hm.
[Mm hm.

11 Doc: Mm [hm,
Mm [hm,

12 Pat: [.hh
[.hh

13 (0.5)

14 Doc: Oh I- Yeah I remember what night that was (,
Oh ik- ja ik weet nog welke nacht dat was (,

15 (.)

16 Doc: It was uh real bad storm.
Dat was echt een erge storm.

17 B: Yeah.
Ja.

(Heritage & Clayman 2010: 35, versimpeld)

Als je niet zou weten dat hier een arts en patiënt in gesprek zijn, zou je denken dat het twee vrienden, familieleden of misschien twee collega's zijn. Er is niets in het gesprek zelf waaruit je kunt opmaken dat dit een gesprek is in een spreekkamer. Dit betekent een bepaalde professionele omgeving niet zonder meer leidt tot een gesprek dat een professioneel karakter of doel heeft. Dat gebeurt pas wanneer gespreksdeelnemers hun doelen in het gesprek laten zien, impliciet of expliciet. Anders gezegd: een gesprek krijgt pas een doelgericht karakter wanneer de gespreksdeelnemers die 'papieren' doelen 'tot leven praten'.

Doelen in alledaagse gesprekken

Doelen komen niet alleen voor in professionele of institutionele gesprekken. Ook in alledaagse, informele gesprekken laten gespreksdeelnemers regelmatig zien dat ze doelen hebben:

Fragment 4: Ann: Anneke; Dir: Dirk

1 ((belsignaal))

2 Ann: met anneke visser,

3 Dir: (.) hallo anneke met dirk=

4 Ann: =hoi: dirk

5 Dir: hai

6 Ann: je bent laat thuis man,

7 ((praten op de achtergrond))

8 Dir: ik was om eh: nege' uur thuis maar ik heb eerst maar gegete'

9 Ann: ((lachen)) •h

10 heb je t verhaal gehoord,

11 Dir: nee ik heb geen verhaal g[ehoord]

12 Ann: [oh:]

13 Dir: ik las eheh er lag alleen een briefje

14 Ann: oh der lag een briefje •h

15 nou ik had namelijk ehm:

16 (.)

17 ik moest jouw advies effe hebbe' •h

18 want ik had eh ik haa-

In regel 17 zegt Anneke: 'ik moest jouw advies effe hebbe''. Ze formuleert dit als het doel van haar belletje met 'namelijk' en 'moest'. Onderzoek van Schegloff (1968) liet al zien dat er in telefoongesprekken (op vaste lijnen) bijna altijd sprake is van een reden om te bellen, al is het maar 'om bij te kletsen'. Doelen zijn dus zeker niet uniek voor professionele interactie.

Toekomst

Een belangrijke trend is dat conversatieanalytici bevindingen delen met professionals in bijvoorbeeld trainingen. Voorbeelden vind je hier:

1. Use CARM | CARM (Conversation Analytic Role-play Method) | Loughborough University (lboro.ac.uk),

2. Training - Centrum voor Dialoog.

Voor die professionals is het onder meer belangrijk om te zien wat meer en wat minder effectief is om het achterliggende doel van het gesprek of de organisatie te bereiken.

Dat er veel behoefte aan gesprekstraining is, blijkt ook uit de florerende markt voor communicatieadvies- en communicatiehandboeken. Allerlei handboeken en adviezen over hoe professionals gesprekken vinden gretig aftrek. Helaas zijn deze adviezen vaak niet gebaseerd op studie van echte gesprekken. Onderzoek heeft laten zien dat adviezen in handboeken vaak onvoldoende rekening houden met de gespreksdynamiek. Daardoor zijn ze te rechtlijnig en te ongenueanceerd (e.g. Jol, 2020; Sikveland, Kevoe-Feltman & Stokoe 2019; Sliedrecht, 2013). Adviezen kunnen zelfs het tegenovergestelde bereiken (Childs & Walsh, 2018).

Een belangrijke onderzoeksvraag is dus wat er precies gebeurt als professionals gespreksadviezen proberen toe te passen in de praktijk. Worden die gesprekken inderdaad effectiever? Of doemen er nieuwe problemen op? Zulk onderzoek kan inzichten opleveren die op hun beurt bijdragen aan doelgerichte mondelinge communicatie.

Een andere vraag is hoe gespreksdeelnemers weerstand bieden aan elkaars doelen. Fragment 2 laat immers zien dat het doel van de ene gespreksdeelnemer niet zonder meer overeenkomt met dat van de ander. Dat zijn veel voorkomende gesprekssituaties. Onderzoek naar dergelijke weerstand levert inzicht op in waarom gespreksdeelnemers hun doelen dan niet bereiken, en welke acties ertoe doen om de doelen alsnog te bereiken.

Transcriptiesymbolen

.h	hoorbare inademing (hoe meer h's hoe langer)
h	hoorbare uitademing (hoe meer h's hoe langer)
(.)	een stilte van 0,2 seconden of korter
(1,2)	een stilte van 1 seconde en 2 tienden van een seconde
over[lap]	
[over]	vierkante haken geven aan dat er overlap is; wat staat, overlapt/wordt tegelijkertijd uitgesproken
>sneller<	spraak die sneller is geproduceerd dan andere spraak van dezelfde spreker
<langzamer>	spraak die langzamer is geproduceerd dan andere spraak van dezelfde spreker
la:nger	een dubbele punt geeft aan dat de klank die ervoor staat wordt uitgerekt, in dit geval de 'a'
LUIDER	hoofdletters geven aan dat spraak luider is geproduceerd dan andere spraak van dezelfde spreker
°zachter°	graden-tekens geven aan dat de spraak zachter is geproduceerd dan andere spraak van dezelfde spreker
<u>nadruk</u>	onderstreping geeft nadruk aan
(onzeker)	tekst tussen haakjes is wat de transcribent denkt te horen maar niet zeker weet
afbre-	een klank of woord wordt abrupt afgebroken
.	sterk dalende eindintonatie
?	sterk stijgende eindintonatie
;	licht dalende eindintonatie
,	licht stijgende eindintonatie
()	'lege haken' geven aan dat de transcribent iets hoort, maar geen inschatting kan maken wat er dan gezegd wordt
((opm))	dubbele haken geven transcribent commentaar

Verder lezen

[Deel 2: effectieve en minder effectieve methoden](#)

[Deel 3: conversatieanalyse](#)

Literatuur

Childs, C. & Walsh, D. (2018). Paradoxical invitations: Challenges in Soliciting More Information from Child Witnesses. *Research on Language and Social Interaction*, 51(4): 188-201.

Heritage, J., & Clayman, S. (2011). *Talk in action: Interactions, identities, and institutions* (Vol. 44). John Wiley & Sons.

Jol, G. (2020). *Police interviews with child witnesses: A conversation Analysis*. PhD thesis. Amsterdam: LOT. (gratis te downloaden via: <https://www.lotpublications.nl/police-interviews-with-child-witnesses-a-conversation-analysis>)

Houtkoop, H. & Koole, T. (2000). *Taal in Actie: Hoe mensen communiceren met taal*. Bussum: Coutinho.

Mazeland, H. A. R. R. I. E. (2001). De opiniepeiling als sequentiële overtuigingsstrategie in het telemarketinggesprek. *Special issue (ed. H. Houtkoop-Steenstra and C. Jansen) of Taalbeheersing*, 23(3), 236-54.

Schegloff, E. (1968). Sequencing in conversational openings. *American Anthropologist*, 70: 346-380. (gratis te downloaden via: [Schegloff Publications Archive \(ucla.edu\)](https://escholarship.org/uc/item/11111111))

Sikveland, R. O., Kevoe-Feldman, H., & Stokoe, E. (2020). Overcoming suicidal persons' resistance using productive communicative challenges during police crisis negotiations. *Applied Linguistics*, 41(4), 533-551. doi.org/10.1093/applin/amy065

Sliedrecht, Keun Young (2013). *Formulations in Institutionele Interactie: De Praktijk van 'Samenvatten' in het Politieverhoor, Sollicitatiegesprek en Journalistiek interview*. Doctoral Dissertation, Vrije Universiteit, Amsterdam. Utrecht: LOT. ([Formulations in institutionele interactie: de praktijk van samenvatten in het politieverhoor, sollicitatiegesprek en journalistiek interview — Vrije Universiteit Amsterdam \(vu.nl\)](https://www.lotpublications.nl/formulations-in-institutionele-interactie-de-praktijk-van-samenvatten-in-het-politieverhoor-sollicitatiegesprek-en-journalistiek-interview)).

Graag als volgt naar deze bijdrage verwijzen: Jol, G. & Stommel, S. (2021). Doelgericht communiceren in gesprekken. Deel 1: professionele en alledaagse gesprekken. In *WODN Werkgroep Onderzoek Didactiek Nederlands (Ed.), Handboek Didactiek Nederlands. Levende Talen*. Geraadpleegd [datum] via [<https://didactieknederlands.nl/handboek/2021/12/doelgericht-communiceren-in-gesprekken-deel-1-professionele-en-alledaagse-gesprekken/>]

Auteurs:



Guusje Jol

+ posts

Guusje Jol is Neerlandica en jurist. Ze is UD bij de opleiding Nederlandse Taal en Cultuur aan de Radboud Universiteit. Haar onderzoeksinteresses zijn interactie in institutionele settings en het snijgebied van taal en recht. Vanaf begin 2022 doet ze onderzoek aan de Universiteit Utrecht naar gesprekken met ouder en kind over inenting voor HPV.



Wyke Stommel

+ posts

Wyke Stommel is Universiteit Hoofddocent Taalbeheersing bij de opleiding Nederlandse Taal en Cultuur en Communicatie- en Informatiewetenschappen, Radboud Universiteit. Zij is gespecialiseerd in Conversatieanalyse. In haar onderzoek richt zij zich met name op mondelinge interactie in het gezondheidsdomein en op digitale interactie (chat, beeldbellen, sociale robots) in verschillende institutionele domeinen.

Delen:



Gerelateerd:

- Hoe werkt de tool?
- Lezersonderzoek (deel 2): methoden
- Lezersonderzoek (deel 3): onderzoek in stappen
- Schrijfprocessen