

Bijlage D) Bewust omgaan met taal en relatie: de eCoachPro methodiek

Module 4 - De schrijfvaardige Wikipediaan

Inleiding

De eCP-methode bestaat uit twee opeenvolgende processen. Het eerste proces behandelt de communicatie van de zender; het tweede proces behandelt de reactie van de ontvanger. Het gaat hier over communicatie op basis van geschreven teksten (mail, chat, sms, overlegberichten). Zie figuur 1 voor het volledige procesmodel van de eCoachPro methodiek.



Figuur 4.1: De processen en stappen binnen de eCoachPro Methode

Proces 1: lezen

Het eerste proces omvat alle handelingen die nodig zijn om de communicatie van de zender te analyseren en bevat drie stappen. Het gaat om de volgende stappen:

- *Proces 1 - stap 1: Het besluiten tot een (re)actie*

Het vraagt tijd en aandacht om de methodiek effectief toe te passen. Wij raden het daarom af om even snel een bericht van een andere bewerker te bekijken en erop te reageren.

Als er een bericht binnenkomt, neem je de tijd het bericht rustig te lezen en op je in te laten werken. In de praktijk betekent dit lezen, even wegleggen en herlezen. Afhankelijk van de inhoud, beschikbare tijd die je op dat moment hebt en de urgentie van het bericht, kun je besluiten aan de slag te gaan met het bericht. De eerste stap na het ontvangen van het bericht is dan ook het besluit om de communicatie op te pakken of uit te stellen. Dit is een stap waar vooral actiegericht bewerkers nogal eens moeite mee hebben, omdat de drang om een bericht direct te lezen en te analyseren moeilijk te onderdrukken is. In de vorige oefeningen hebben we al gezien dat even tot tien tellen of iets langer nadenken over een bericht al kan leiden tot het zakken van de eerste primaire emoties of zelfs tot nieuwe inzichten kan leiden.

Als je besluit *niet* direct te reageren, lees het bericht dan niet te grondig door. Leg of klik het meteen weg en bepaal of en wanneer je er inhoudelijk mee aan de slag wilt gaan. Als je besluit niet meteen een reactie te formuleren maar al wel het bericht uitvoerig gaat analyseren, dan zal de inhoud van het bericht in je achterhoofd blijven ronddwalen tot het moment dat je aan de slag gaat met het schrijven van een reactie. Door deze aanpak ben je waarschijnlijk veel meer tijd kwijt aan Wikipedia dan je lief is. Heb je serieus de tijd om aan de slag te gaan met het bericht? Ga dan door naar stap 2.

- *Proces 1 - Stap 2: Het formuleren van een compliment*

Nadat je besloten hebt om aan de slag te gaan met het ontvangen bericht, is het van belang om niet meteen de tekst te analyseren. Als je namelijk inhoudelijk gaat analyseren, is het lastig om gepaste afstand te houden. Gepaste afstand is nodig om een eerste *positieve* indruk op te doen. Dit wil zeggen dat je het bericht globaal doorneemt en voor jezelf bepaalt wat jou *in positieve zin* opvalt. Deze positieve eerste indruk is nodig om één van de belangrijkste ingrediënten van jouw reactie op te stellen. Dat ingrediënt is *het geven van een compliment of erkenning*. Tijdens deze stap formuleer je een compliment dat je straks gaat gebruiken in de opening van je bericht. Een compliment kan gaan over de inspanning van de andere bewerkster (proces) of over datgene waarover de bewerkster schrijft (inhoud) of over zowel het proces als de inhoud. Mocht je deze stap overslaan en pas na het analyseren van het bericht alsnog een compliment willen bedenken, dan wordt dat bemoeilijkt door alle beeldvorming die reeds in jouw hoofd heeft plaatsgevonden. De stap waarin er wordt nagedacht over het erkennen van de ander wordt regelmatig overgeslagen in communicatie.

Compliment als belangrijk smeermiddel

Het positief bekrachtigen of erkennen van de bewerkster waarvan jij het bericht hebt ontvangen, vormt de smeerolie voor de werkrelatie. Op basis van de eerste indruk van het bericht formuleer je een oprecht compliment. Wat is in jouw ogen positief aan het bericht? Of wat is opmerkelijk te noemen aan de inzet van de andere bewerkster, of welk goed resultaat is er behaald? Mocht je nu echt geen welgemeend compliment kunnen bedenken, dan erken je de ander bijvoorbeeld door hem te bedanken voor zijn snelle antwoord of voor zijn harde werk. Let op: bedanken voor een bericht is geen compliment maar een vorm van erkenning. Is een (voorlopig) compliment of vorm van erkenning geformuleerd? Dan wordt het tijd om het bericht te gaan ontleden; deze activiteit vindt plaats in stap 3.

- *Proces 1 - Stap 3: Het uitvoeren van een nauwkeurige taalanalyse*

Om echt te 'luisteren' in online schriftelijke communicatie, dien je bij elk bericht weer een nauwkeurige tekstanalyse uitvoeren. De 'zwart op wit' geschreven tekst is datgene wat jij tot je beschikking hebt. De hoofdvraag die jij je hierbij moet stellen is:

'Wat wil de ander bereiken door mij dit bericht te sturen?'

Als je het antwoord op deze vraag weet te vinden, dan kun je actie ondernemen door erop in te gaan, mits dit gepast is gezien jouw rol en de situatie. Bij het analyseren van een bericht is het van belang om een evenwicht te vinden tussen het 'te letterlijk nemen van de tekst' en het 'te ruim interpreteren van de tekst'. Door de tekst letterlijk te nemen kun je namelijk belangrijke (subtiele) informatie missen. Het te ruim interpreteren van de tekst kan betekenen dat jij jouw referentiekader te veel projecteert op het bericht. Hierdoor is het mogelijk dat jouw beeld van het bericht niet correspondeert met de doelstelling van de schrijver. Vanwege deze valkuilen is het van belang om een bericht gestructureerd per zin te analyseren. Hierbij kan gebruik gemaakt worden van de 'taalhandelingen' van Searle. Taalhandelingen zijn uitingen waarmee wij via geschreven taal een bepaalde intentie, behoefte of doel duidelijk maken. Alle geschreven tekst is in te delen in taalhandelingen. Door een bericht te analyseren op taalhandelingen, kunnen we op een meer objectieve manier vaststellen wat de intentie of behoefte is van de schrijver van het bericht.

Door het bericht op te splitsen in taalhandelingen kan er op een meer objectieve manier gekeken worden naar de inhoud van het bericht. De taalkundige John Searle¹ heeft alle mogelijke taalhandelingen ondergebracht in vijf categorieën:

- **Assertieven:** het gaat hier om assertief taalgebruik met taalhandelingen waarmee de zender iets zegt over zijn perceptie van zijn werkelijkheid en de werkelijkheid van de ontvanger. Bij het inzetten van een assertief probeert de zender de ontvanger van het bericht te overtuigen van de waarheid van hetgeen gezegd wordt. Enkele voorbeelden van assertieven zijn: *beweringen (complimenten en kritieken), beschrijvingen, uitleg, conclusies, constatering en veronderstellingen*.
- **Directieven:** dit is directief taalgebruik met taalhandelingen die pogingen weergeven om het gedrag van de geadresseerde te beïnvloeden. Het gaat erom dat de ontvanger van het directief het gevraagde of gewenste gedrag zal vertonen. Enkele voorbeelden zijn: *verzoeken, bevelen, vragen om informatie, waarschuwingen en advies*.
- **Expressieven:** het gaat hier om expressief taalgebruik met taalhandelingen die uitdrukking geven aan de innerlijke gesteldheid of emoties van de zender. Enkele voorbeelden zijn: *bedanken, feliciteren, betreuren, groeten, verontschuldigen, welkomstmelden*.
- **Commissieven:** het gaat hier om commissief taalgebruik met taalhandelingen die gaan over toezeggingen van de zender aan de ontvanger. Een commissief geeft aan dat er een verplichting is ontstaan. Enkele voorbeelden zijn: *beloften, geloften, afspraken, garanties, dreigementen*.
- **Declaratieven:** het gaat hier om declaratief taalgebruik met taalhandelingen die met stelligheid aangeven dat er in de werkelijkheid op dat moment iets tot stand wordt gebracht. Hiermee wordt bedoeld dat na het opschrijven er daadwerkelijk iets is veranderd. Voorbeelden zijn: *'Hierbij ben je geblokkeerd', 'Je artikel is verwijderd', 'Hierbij verklaar ik je tot moderator'*.

Door *elke* zin in een bericht te classificeren in een van de bovenstaande taalhandelingen, wordt op een systematische manier in kaart gebracht welke intenties de schrijver heeft. Deze meer objectieve manier van analyseren voorkomt misinterpretaties en verhoogt het begrip van het bericht.

Soms komt het voor dat een zin door bijvoorbeeld de formulering in meer dan één categorie is onder te brengen. Een voorbeeld hiervan is: "Ik heb zoveel respect voor je vasthoudendheid in het schrijven van dit Wikipedia-artikel dat ik je bij dezen een Ster toeken". Deze zin bevat zowel een expressief als een declaratief. Het levert geen probleem op als zinnen in meerdere categorieën zijn in te delen.

¹ Voor uitgebreide informatie over taalhandelingen zie: Searle, J.R. (1976). A Classification of Illocutionary Acts. In: *Language in Society*, 5: 1-23.

Het gaat namelijk uiteindelijk om het totaalbeeld dat ontstaat door het analyseren van de gebruikte taalhandelingen. Als er bijvoorbeeld veel expressieven in een bericht zitten, kan jij als ontvanger hieruit afleiden dat de zender vooral behoefte heeft aan de erkenning van zijn emoties.

Geef expressieven altijd aandacht

Een expressief zegt iets over de gesteldheid van de schrijver. Het is verstandig om expressieven in een bericht nooit volledig te negeren en er juist aandacht aan te geven, ook al ben je zelf misschien meer van de inhoud of oplossingsgericht. Dit kun je doen door expressieven expliciet te benoemen en eraan te koppelen wat je ervan vindt. Het feit dat je aandacht besteedt aan de expressieven laat zien dat je ze hebt opgemerkt. Hierdoor voelt de zender zich gezien en gehoord. Indien er sprake is van een zakelijk en onpersoonlijk bericht zullen er weinig expressieven te vinden zijn. Echter, een veelheid aan expressieven geeft juist een beladen en emotionele lading aan een bericht. In zo'n situatie is het voor constructieve communicatie verstandig om minder op de inhoud in te gaan en vooral te laten zien in je bericht dat je de emoties van de ander erkent.

Proces 2: schrijven

Het tweede proces beslaat alle handelingen die de communicatie van de ontvanger vormgeven en bevat vijf stappen. Met deze stappen kun je als ontvanger je eigen communicatie richting de zender vormgeven. Het gaat om de volgende stappen.

Proces 2 - stap 4: Bepalen van de kernboodschap

Nadat tijdens proces 1 is besloten tijd uit te trekken en aan de slag te gaan met het bericht, een compliment is geformuleerd of inhoud is gegeven aan erkenning, en het bericht aan een taalanalyse is onderworpen, komt het moeilijkste onderdeel: *waar ga je wel en niet op reageren?* Wat wordt de hoofdzakelijke inhoud van jouw reactie? Je zult keuzes moeten maken. De keuzes zijn terug te brengen naar de context waarbinnen de communicatie plaatsvindt en jouw rol daarin. In dit geval is de context binnen Wikipedia voornamelijk op een 'Overlegpagina'. Bij elke reactie die je wilt geven, kun je jezelf afvragen of dit bijdraagt aan een constructieve interactie en of het aansluit bij het doel waarmee de zender jou het bericht heeft verzonden. In veel discussies op Wikipedia raken de partijen van het oorspronkelijke doel verwijderd.

Hoe langer de dialoog, hoe groter de kans dat deze op een gegeven moment niet meer gaat over de oorspronkelijke doelstelling (en hoe groter de kans dat de toonzetting grimmiger wordt). Als je dat wilt voorkomen, helpt het om af en toe de lopende dialoog terug te lezen zodat je de kans tot afwijken van het oorspronkelijk doel tot een minimum beperkt. Als je weet wat je met jouw reactie wilt bereiken bij de zender van het bericht, dan heb je jouw kernboodschap te pakken en kun je door naar de volgende stap.

Proces 2 - stap 5: Bepalen van het medium

Als je in de vorige stap bepaald hebt wat de kernboodschap van je reactie wordt, dan kun je bepalen welk medium je gaat inzetten om deze boodschap te communiceren. Het medium dat je gebruikt is afhankelijk van je boodschap en je doel.

Ben je bijvoorbeeld tot de conclusie gekomen dat de zender de behoefte heeft om even te sparren, dan kun je voorstellen om in de 'Kroeg' verder te praten of te chatten via de speciale Wikipedia-kanalen.

Mocht je een uitgebreidere boodschap hebben of meer privé-overleg willen voeren, dan kun je ervoor kiezen om een e-mail op te stellen en niet een bericht op de 'Overlegpagina' te plaatsen. Wanneer je bepaald hebt via welk communicatiekanaal je jouw reactie wilt geven, kun je door naar de volgende stap.

Proces 2 - stap 6: Formuleren van de kernboodschap

Het formuleren van je werkelijke bericht komt pas in deze zesde stap aan bod. Alle andere stappen zorgen voor een goed doordachte voorbereiding op deze stap. Voorbereiding is belangrijk, want de manier waarop jij jouw bericht formuleert bepaalt het succes van de interactie. In verschillende modules van het online programma hebben we reeds uiteengezet hoe belangrijk een goede onderlinge werkrelatie is om een gemeenschap zoals Wikipedia in stand te houden en door te ontwikkelen. De formulering van jouw bericht kan de werkrelatie versterken of juist verstoren. Het is ook van essentieel belang om rekening te houden met *de toonzetting* van je berichten. De toonzetting wordt in hoge mate bepaald door de 'sociale afstand' die er bestaat tussen jou en de andere bewerkster.

Sociale afstand tussen bewerksters

Hoe wij ons ten opzichte van elkaar verhouden, is meestal goed te zien aan de manier waarop wij met elkaar communiceren. Simpel gezegd, de manier waarop jij communiceert met je partner/ familie zal anders zijn dan de manier van communiceren richting je leidinggevende/ opdrachtgever. Hetzelfde geldt voor de situatie waarin je iemand niet of nauwelijks kent of juist wanneer je communiceert met een goede vriend. Indien je voor het eerst met iemand contact hebt, bijvoorbeeld met een bewerkster die je nog niet kent, zal de sociale afstand nog groot zijn. Met sociale afstand bedoelen we niet een fysieke afstand maar een afstand in de relationele sfeer). Dit wordt zichtbaar door een meer gereserveerde, afstandelijke en formele vorm van communicatie. Indien je iemand al wat langer kent, zal de sociale afstand kleiner zijn. Dit wordt zichtbaar in een meer joviale, informele en directe vorm van communicatie. Als jij vrij direct communiceert terwijl de sociale afstand met een andere bewerkster daar nog te groot voor is, leidt dit meestal tot ongemakkelijke situaties. Ook andersom, een te formele communicatievorm gebruiken terwijl er sprake is van weinig sociale afstand kan ertoe leiden dat de ander zich meer afstandelijk of formeel gaat opstellen. Het is dan ook van belang om ervoor te zorgen dat jouw communicatie met een andere bewerkster aansluit bij de sociale afstand tussen jou en de ander. Hulpmiddelen die hierbij gebruikt kunnen worden zijn de taalstrategieën uit de 'Beleefdheidstheorie' van Brown en Levinson.

Het voorkomen van gezichtsverlies

De Beleefdheidstheorie² (politeness theory) van de taalwetenschappers Penelope Brown en Stephen Levinson geeft inzicht in de manier waarop mensen binnen hun taalgebruik rekening met elkaar houden. Hierbij gaat het niet enkel om hoe je de ander respect toont en ruimte geeft (beleefdheid), maar ook om hoe je duidelijk maakt dat je elkaar aardig en sympathiek vindt. Uitgangspunt hierbij is dat alle partijen streven naar een gelijkwaardige relatie en zowel bij zichzelf als bij de ander *gezichtsverlies* proberen te voorkomen. Om gezichtsverlies te voorkomen zijn er volgens Brown en Levinson een vijftal groepen van *taalstrategieën*³ die ingezet kunnen worden. Het inzetten van taalstrategieën kan helpen bij de juiste formulering en toonzetting van je bericht. De keuze van de taalstrategie is een delicate kwestie.

² Bron: Brown, P. & Levinson, S.C. (1987). Politeness: Some universals in language usage. Cambridge: Cambridge University Press.

³ De taalstrategieën van Brown & Levinson zijn naar het Nederlands vertaald door taalkundige Erika Huls, zie ook: Huls, E. (2001). Dilemma's in menselijke interactie. Utrecht: Lemma.

Volgens de Beleefdheidstheorie zijn er drie situationele factoren die invloed hebben op de keuze van de juiste taalstrategie:

- Machtsverhouding
- 'Inbreuk van de handeling op zich'
- Sociale afstand

Als we deze drie situationele factoren toepassen op de Wikipedia-context, zien we allereerst dat er geen sprake is van een machtsverhouding door de anonimiteit en de manier waarop Wikipedia is georganiseerd. De tweede factor is de 'inbreuk van de handeling op zich', wat wil zeggen dat je met een taalhandeling altijd iemands persoonlijke ruimte betreedt en in die zin 'lastigvalt'. Als een gevoelig onderwerp op tafel komt en dat bespreekbaar gemaakt wordt, is voorzichtigheid geboden, aangezien het onderwerp an sich al beladen is. De inbreuk van de handeling op zich is dan groter dan bij een minder gevoelig onderwerp. De derde factor is sociale afstand. Zoals hierboven reeds is besproken bepaalt de sociale afstand de formele of informele manier van communiceren. Om de juiste strategie voor de juiste situatie te bepalen, is het daarom van belang om in te schatten waar je staat in de werkrelatie met een andere bewerkster. Samenvattend: welke taalstrategie binnen de context van Wikipedia geschikt is hangt af van de gevoeligheid van het gespreksonderwerp en van de sociale afstand die er tussen jou en de andere bewerkster bestaat. Daarnaast is niet elke taalstrategie even geschikt voor de manier waarop er binnen Wikipedia gecommuniceerd wordt.

Er zijn twee groepen van taalstrategieën die specifiek geschikt zijn voor schriftelijke, online, asynchrone en anonieme communicatie. Het gaat hier om:

- *Groep 1: Direct met positieve relatiegerichte middelen.*

Deze groep van taalstrategieën is gericht op het zoeken van toenadering en het verkleinen van de sociale afstand. Indien er nog sprake is van onbekendheid, onwennigheid, terughoudendheid of gevoeligheid in de relatie met de andere bewerkster, dan is het verstandig om niet amicaal, joviaal of formeel te zijn binnen je communicatie. Eerst dient er geïnvesteerd te worden in de werkrelatie. Kijk daarom goed naar de behoeften van de ander en kies een 'toenaderingsgerichte' taalstrategie. Je communicatie is duidelijk en ondubbelzinnig (direct), maar wordt vooral voorzien van informatie waaruit blijkt dat je als mede-Wikipedianer gevoelig bent voor de behoeften van de ander (positief relatiegericht). Binnen deze groep zijn er specifieke taalstrategieën te onderscheiden. Deze taalstrategieën zijn gericht op het zoeken van toenadering en het versterken van de werkrelatie. Hieronder staan tien van deze strategieën:

- **Strategie 1: Besteed aandacht aan de andere bewerkster.** Je bent opmerkzaam naar de ander (zijn of haar gevoelens, moeilijkheden) en besteedt daar dus ook aandacht aan.
- **Strategie 2: Gebruik groepsspecifieke identiteitsaanduidingen en maak een sfeer van 'onder elkaar'.** De identiteitsaanduiding betekent hoe je iemand aanspreekt, bijvoorbeeld het gebruiken van de gebruikersnaam en tutoyeren. Daarnaast kun je jargon gebruiken dat jullie allebei begrijpen, waardoor je benadrukt tot eenzelfde groep te behoren.
- **Strategie 3: Sluit zowel jezelf als de ander bij de activiteit in.** In plaats van 'ik' en 'jij' te gebruiken, formuleer je met het inclusieve 'wij'. Hiermee appelleer je aan de veronderstelling dat jij en de ander op één lijn zitten en samenwerken.
- **Strategie 4: Zoek overeenstemming.** Je verwijst naar een onderwerp waar jullie het beiden over eens zijn of hetzelfde over denken, bijvoorbeeld door letterlijk woorden te herhalen die de ander heeft geschreven (spiegelen).

- **Strategie 5: Neem wederzijdsheid aan of bevestig die.** Het gaat hier om het elkaar op rechten en plichten wijzen, bijvoorbeeld: 'Ik ben eerlijk en open tegen jou, ik hoop dat jij dat ook zult zijn'.
- **Strategie 6: Bevestig of veronderstel je kennis van en zorg voor de behoeften van de ander.** Hiermee geef je aan een behoefte op te merken die niet expliciet als zodanig benoemd is. Om de samenwerking te bekrachtigen, kun je bijvoorbeeld schrijven: 'Nog even volhouden', 'Het gaat zeker goed komen' of 'Ik zal voor je duimen'.
- **Strategie 7: Bied iets aan of beloof iets.** Als je merkt dat de communicatie moeizaam verloopt, dan kun je iets als tegenprestatie aanbieden of iets beloven. Bijvoorbeeld: 'Als jij kort antwoord geeft op deze vragen, zal ik vanavond meteen reageren'
- **Strategie 8: Wees optimistisch.** Hiermee doe je een verzoek aan de ander waarbij je er in de formulering al optimistisch van uitgaat dat het verzoek ingewilligd wordt. Bijvoorbeeld: 'Als we zo doorgaan, maken we echt grote stappen!'
- **Strategie 9: Geef redenen (of vraag waarom).** Het betrekken van de ander bij jouw standpunt kun je doen door het geven van redenen en argumenten. Door jouw redenen te geven en te veronderstellen dat deze ook voor je gesprekspartner overtuigend zijn, versterk je de samenwerking.
- **Strategie 10: Geef giften (sympathie, begrip, complimenten, erkenning).** Hier gaat het om behoeften die wel expliciet aanwezig zijn en waarvan je weet dat je door het inzetten van een gift invloed uit kan oefenen. Behoeftes aan erkenning en bevestiging is een basale behoefte van de mens. Het inzetten van complimenten is daar een goede methode voor.

De voorgaande strategieën worden vooral in het begin van een werkrelatie veelvuldig ingezet omdat je in deze fase de andere bewerkstelliger nog niet goed kent. Het bewust inzetten van deze taalstrategieën verkleint vervolgens de sociale afstand.

- *Groep 2: Direct en zonder omhaal*

Is de sociale afstand inmiddels klein en heb je genoeg toenadering bewerkstelligd, dan kun je steeds meer gebruikmaken van formuleringen die kort en helder zijn. Er zijn niet langer veel relatiegerichte of toenaderingsgerichte strategieën nodig om de communicatie vorm te geven. Kenmerken van taalgebruik binnen deze strategie zijn duidelijk, doelgericht en bondig. Hoe kleiner de sociale afstand, hoe bondiger de communicatie kan zijn. Indien de sociale afstand minimaal is, komt het voor dat mensen een eigen taal ontwikkelen of jargon gaan gebruiken dat alleen door de intimi wordt begrepen. Blijf ook bij het gebruik van direct taalgebruik zonder omhaal goed opletten dat je niet bot of kort door de bocht overkomt. Respectvol taalgebruik blijft aangeraden.

Proces 2 - stap 7: Inrichten van het bericht

De eCP-methodiek voor online communicatie maakt gebruik van een standaardopbouw van een geschreven bericht. Dit geeft jou een handvat om op een gestructureerde manier berichten op te stellen. Hierdoor hoef je niet elke keer opnieuw te bedenken hoe je gaat antwoorden. Ook helpt het je bij het controleren van je eigen berichten zodat je geen belangrijke elementen overslaat of vergeet. Elk geschreven bericht kent vijf elementen die eraan bijdragen dat de communicatie vlot verloopt.

De opbouw ziet er als volgt uit:

1. Aanhef
2. Opening met erkenning (compliment)
3. De kernboodschap
4. Afrondend verwachtingsmanagement (activeren/motiveren)
5. Afsluiting

Hieronder bespreken we deze elementen binnen de Wikipedia context.

1. *Aanhef*

Standaard start een bericht met een aanhef met de naam van de persoon aan wie jij jouw bericht richt. In de praktijk blijkt echter dat de aanhef bij veel discussies in de Overlegpagina's wordt overgeslagen. Dit lijkt logisch omdat de meeste bewerkers een gebruikersnaam (nickname) gebruiken om anoniem te blijven. Achter elke nickname zit een echt persoon van vlees en bloed. Daarom is het raadzaam om je berichten te starten met een aanhef aan deze persoon. Je kunt variëren met begroetingen of spiegelen met de aanhef van de ander. Bijvoorbeeld als de andere bewerker een aanhef gebruikt met 'Beste ...', kun je op jouw beurt hier ook mee beginnen.

2. *Opening met erkenning (compliment)*

Na de begroeting volgt een erkenning voor de inspanningen van de bewerker. Dit kan door het geven van een gemeend compliment over een behaald resultaat of het benoemen van een bepaalde inspanning. Het gaat hier altijd over het bericht van de bewerker. Door te starten met een compliment of erkenning start je bericht op een positieve manier en stimuleer je een constructieve dialoog. Inspiratie voor een compliment heb je al opgedaan in stap 2 binnen 'proces 1: lezen'.

3. *De kernboodschap*

De inhoud van de kernboodschap heb je al vastgesteld in de voorgaande processtappen en kan hier opgeschreven worden. Ook is hier ruimte om te verwijzen naar extra informatie of documentatie ter ondersteuning van jullie dialoog. Verder kan hier een mogelijke vraag van de bewerker worden beantwoord.

4. *Afrondend verwachtingsmanagement (activeren/ motiveren)*

Indien je een reactie of actie verwacht van de andere bewerker kun je dat hier aangeven. Het is verleidelijk om achterover te leunen en af te wachten of de bewerker in actie komt. Echter, als je maximaal gebruik wilt maken van de voordelen van online samenwerking is het zaak om je verwachtingen duidelijk te formuleren. Hierdoor vergroot je de kans dat de ander werkelijk tot actie overgaat en zich aangesproken voelt om de volgende stap te zetten. Wees zo specifiek mogelijk in het formuleren van de verwachtingen, zonder dat het dwingend wordt. Eindig als dat kan met een positieve stimulerende afsluiting, bijvoorbeeld dat je vindt dat het goed gaat, dat het proces flink opschiet of met een belofte van jouw kant.

5. *Afsluiten*

Hier sluit je het bericht af met een groet of een variatie daarop. Je signatuur wordt op Wikipedia automatisch ingevuld als je gebruik maakt van de leestekens: ~~~~.

Mocht je via een ander kanaal (chat, mail) communiceren, zorg dan voor een goede signatuur (bijvoorbeeld je nickname) zodat duidelijk wordt dat het bericht van jou afkomstig is.

Tenslotte

De hierboven beschreven opbouw van een bericht is geen keurslijf waarbinnen geen ruimte voor variatie is. Het is slechts een hulpmiddel om je berichten vorm te geven. We weten dat je sneller een goede werkrelatie opbouwt als je start met het geven van erkenning. Ook is gebleken dat indien je activerend afsluit de ander sneller in de actiemodus gaat en er een bericht terugstuurt. Het lijkt dan ook verstandig om beide elementen structureel in te zetten binnen de communicatie, in elk geval aan het begin van een werkrelatie of nieuwe discussie op een Overlegpagina. Wanneer het bericht is geschreven, komt de laatste stap voordat het bericht verzonden kan worden naar de cliënt.

Proces 2 - stap 8: Controleren van het bericht

De laatste stap in het proces om een bericht op te stellen, is het controleren van het eigen werk. Vragen die je jezelf hierbij kunt stellen zijn:

- Ga ik in op de juiste inhoud?
- Staat erin wat ik wil zeggen?
- Weid ik niet te veel uit?
- Voldoet het bericht aan de behoefte van de ander?
- Houd ik voldoende rekening met de relatie?
- Staat er een welgemeend compliment in?
- Is er een duidelijke activerende opdracht of vraag geformuleerd?
- Overvraag ik de ander niet?

Hoewel deze stap van cruciaal belang is voor effectieve communicatie, wordt deze stap vaak overgeslagen. Dit heeft te maken met het feit dat wij soms blinde vlekken hebben als het om ons eigen werk gaat. Daardoor zijn we niet altijd goed in staat ons eigen werk te controleren. Om hier een hulpmiddel bij te geven, maken we binnen de eCP-methodiek gebruik van de vier stelregels van taalkundige Paul Grice⁴ voor doelgericht taalgebruik. De stelregels kunnen gehanteerd worden om taaluitingen functioneler en effectiever te maken. De vier stelregels op een rij:

1. **Relevantie:** Is dat wat er staat relevant?
2. **Kwantiteit:** Hoe sterk of zwak druk je je uit en gebruik je daarbij niet te veel of te weinig woorden? Zeg genoeg. Druk jezelf niet te sterk, maar ook niet te zwak uit. Wees spaarzaam omdat elk extra woord kan leiden tot nieuwe misinterpretaties.
3. **Kwaliteit:** Klopt het wat je schrijft? Uitgangspunt is dat wat je zegt waar is. Zeg geen dingen waarvan je denkt dat ze niet waar zijn en zeg geen dingen waarvoor je onvoldoende bewijs hebt.
4. **Helderheid:** Gebruik geen obscuur, wollig of indirect taalgebruik en wees duidelijk.

Door elk bericht te controleren met behulp van deze vier stelregels zullen je berichten korter, duidelijker en krachtiger worden. (Anne Ribbers en Alexander Waringa)⁵

⁴ Bron: Grice, H.P. (1975). Logic and Conversation. In: Syntax and Semantics, 3: Speech Acts, eds. P. Cole & J. Morgan: 41-58. New York: Academic Press. Zie voor meer informatie: [https://nl.wikipedia.org/wiki/Maxime_\(taalkunde\)](https://nl.wikipedia.org/wiki/Maxime_(taalkunde))

⁵ Bron: bewerking voor Wikimedia op basis van: Ribbers, A., Waringa, A. (3^e druk, 2017). E-coaching: direct aan de slag met het nieuwe coachen. Boom Uitgevers Amsterdam.