



“De mythe
van het

oogcontact
is eindelijk
achterhaald

Bart Hisschemöller

Bart Hisschemöller

IMMEDIATE-COACH

Wat is dat, die mythe van het oogcontact?

De overtuiging van vrijwel iedereen in dit deel van de wereld dat goede communicatie alleen plaats kan vinden wanneer de deelnemers aan die communicatie elkaar fysiek ontmoeten en dus elkaar in de ogen kunnen zien.

De achterliggende gedachte is dat de participierenden elkaars non-verbale signalen moeten kunnen meekrijgen. Het waarom hiervan is vaak niet duidelijk; en deze vraag wordt meestal niet eens gesteld.

Een algemeen aanvaarde wetmatigheid is dat ongeveer driekwart van de boodschappen die er tussen mensen worden uitgewisseld non-verbaal zijn. Lichaamshouding, stem, gelaatsuitdrukking, zelfs geur, behoren tot deze non-verbale categorie. Vooreen ongeefende gesprekspartner wordt de meeste van deze non-verbale communicatie niet bewust gebruikt of waargenomen, maar ze hebben wel invloed op deze communicatie. Het is niet voor niets dat er bij communicatietrainingen zoveel tijd wordt besteed aan het leren herkennen en hanteren van allerlei non-verbale signalen. Wanneer je in een face-to-face gesprek in staat bent om die onbewuste signalen te beheersen en kan herkennen dan kan je ook de ander manipuleren. Daar ligt de kracht, maar ook het gevaar. Het omgekeerde is ook waar, als je die onbewuste signalen bij een ander kunt herkennen kan je ook zien of iemand niet-congruent is. Non-verbale communicatie wordt vaak gebruikt en misbruikt als leugendetector.

Waarom noem je het een mythe?

Vrijwel iedereen gaat er zonder meer van uit dat een gesprek niet mogelijk is zonder dit oogcontact. Dat komt omdat er in het algemeen geen onderscheid wordt gemaakt tussen de verschillende doelstellingen van gesprekken. Zakelijke-of helpende communicatie is iets anders, dient een ander doel dan communicatie op het persoonlijke vlak en stelt dus

ook andere eisen aan die communicatie.

Wanneer je met je geliefde zit te praten, moet je vooral naar haar ogen kijken, dan kan je veel moois zien. Maar in een beoordelings- of coachingsgesprek heb je niet veel aan die mooie ogen. Dan is het niet belangrijk of iemand blond is of een snor draagt. De mythe bestaat uit het algemeen geldende verhaal dat dit oogcontact nodig is en dat we niet zonder kunnen. Het is dus alleen maar een verhaal en niets anders.

Ja. Maar je wilt je gesprekspartner toch zien? Dat is toch veel persoonlijker?

De vraag waarom je dat wilt wordt vrijwel nooit gesteld. Toen wij begonnen met het uitsluitend per mail coachen van medewerkers in een aantal grote bedrijven, kregen we altijd deze reactie. We hebben laten zien dat dit oogcontact geen voorwaarde voor het voeren van een helpend gesprek is. Tenminste zolang dit gesprek zich binnen het kader van de doelstelling beweegt.

Bij e-mail communicatie valt vrijwel de hele range aan non-verbale signalen weg. Dat heeft als nadeel dat je de leugendetector niet kan gebruiken. Wanneer je dus je gesprekspartner verdenkt van incongruent gedrag of verborgen motieven, moet je dat dus niet zo doen. Maar het getuigt niet van een groot vertrouwen in je medemensen.

Zeker bij coaching mag je er toch vanuit gaan dat de degene die gecoached wordt het belang van deze coaching inziet en er voor is gemotiveerd. Tenzij iemand zich werkelijk niet bewust is van de eigen onderliggende motieven, maar dan heb je het over een neurotisch persoon en die heeft therapie nodig en geen coaching.

Trouwens, de ervaring leert dat er heel veel non-verbaals zit in e-mails. Woordkeuze, zinsbouw, wat wordt er niet gezegd, etc. geven wel degelijk aan waar de ander ook op gevoelsniveau mee bezig is. Als ik van een cliënt een e-mail krijg met allemaal vage kreten,

weet ik dat er het een en ander wordt ontweken. Of wanneer er, in plaats van de gebruikelijke dagelijkse mail een paar dagen niets komt, is er grote kans dat mijn cliënt ergens grote moeite mee heeft.

Zou je ook functionerings- of beoordelingsgesprekken per mail kunnen voeren?

Ik zou niet weten waarom niet. Het kost wat meer tijd, maar die win je weer terug doordat je verslaglegging direct parallel aan de coaching plaatsvindt. Je hebt het gesprek exact vastliggen in een reeks e-mails. En als je als manager een aantal van deze gesprekken moet voeren, kost dat vaak toch een paar dagen voordat al die gesprekken zijn gevoerd. Via e-mail kan je er twintig tegelijk per dag doen, over een aantal dagen verspreid. Per saldo ben je er dus niet meer tijd aan kwijt. En er kan nooit meer misverstand zijn over zaken die er wel of niet of anders zijn gezegd. Zeker redelijk geprotocoliseerde gesprekken als deze zijn heel goed via e-mail te doen.

Het blijft toch lastig om per e-mail je gevoelens over te brengen?

Dat hangt er vanaf hoe je die mailberichten gebruikt. Zie je het als een manier om korte mededelingen en vragen over te brengen, een soort van elektronisch memo-aparaat, of zie je het als een moderne brievenbus, die honderdduizend keer sneller bezorgt dan de postbussen ooit kunnen. Vroegen schreven mensen elkaar brieven, die bol konden staan van emotie. Er zijn heel wat huwelijken gesloten op basis van alleen maar een briefwisseling. Maar de kunst van het brieven schrijven is een beetje verloren gegaan. Met de opkomst van de telefonie gingen mensen elkaar over de hele wereld snel even bellen in plaats van dat langzame schrijven. Wanneer je e-mail als een manier ziet om brieven te schrijven die daarna supersnel bij de geadresseerde

worden bezorgd, zodat je deze daar weer op kan reageren zonder dat daar dagen of weken tussen zitten, combineer je de voordelen van het schrijven van brieven met de voordelen van de e-mail. Onze ervaring is juist dat het snelle en intensieve uitwisselen van mails de emotionele inhoud vergroot en dat er razendsnel een grote mate van vertrouwelijkheid ontstaat.

Dus als ik je goed begrijp is e-mail de perfecte manier van communiceren?

Nou, nee... perfect niet. Het is niet meer dan een medium. Je moet het alleen wel op de goede manier gebruiken. Niet alleen maar als 'kattelbelletjes generator', maar als medium om goed en snel te kunnen communiceren. We doen nog steeds of e-mailen hetzelfde is als een schriftelijk telefoontje. Bij immediate-coaching merken we dat e-mail niet alleen maar een medium is, maar dat het door de totaal eigen dynamiek ook een eigen methodiek blijkt te worden. Dankzij de snelheid wordt het mogelijk om real-time te coachen. En dat is totaal nieuw.

Wij merken dat coachen per e-mail, zowel voor de coach als voor de gecoachte een perfecte training is in het goed en zorgvuldig formuleren. Schrijf ik wat ik bedoel en bedoel ik wat ik schrijf?

Ik vraag mijn cliënten vaak om langere mails te schrijven. Dus geen korte mededelingen, maar een echt verhaal over hoe het is gegaan die dag. Ik heb geen enkel bezwaar tegen de zogenaamde e-mail taal, hoewel je die meer ziet bij de chatbox. Daar vliegen de afkortingen je om de oren. Chatten is ons te oppervlakkig en dus niet geschikt voor coaching.

Dus terug naar de kwaliteit van het brieven schrijven, maar dan wel verstuurd met de snelheid van het licht.

“Er zijn heel wat huwelijken gesloten op basis van alleen maar een briefwisseling”



Bart Hisschemöller is als senior immediate-coach verbonden aan Immediate-Coaching. Zijn boek "H@llo, ik ben uw e-coach" is in mei 2006 verschenen bij Scriptum Publishers. In dit boek introduceert hij de naam 'immediate-coaching' als generieke naam voor het proces van coachen per e-mail. Hij is een scherp analyticus en bevlogen verteller over zijn passie, e-mail-coaching. Als dagvoorzitter is hij gericht op het goed en helder formuleren en draagt hij er zorg voor dat ieder tot zijn of haar recht komt.

Voor meer informatie of boekingen kunt u contact opnemen per e-mail: barthisschemoller@speakersacademy.nl