

ASPECTEN VAN COMMUNICATIE

Over zender-ontvanger-boodschap en
metacommunicatie

SAMENVATTING

Om te communiceren is er een zender, een ontvanger en een boodschap nodig. Maar de boodschap wordt niet altijd zo begrepen als hij is bedoeld. Dat komt omdat communicatie meer is dan alleen de inhoud. Er is ook een betrekkningsniveau; het 'hoe' de boodschap wordt gebracht. Hierin onderscheiden we drie aspecten. Relatieveel, Expressief en Appellerend. Door dit te herkennen wordt het ook makkelijker om bij misverstanden te communiceren óver het communiceren. Dit heet metacommuniceren.

Aspecten van de communicatie

Communicatie: Aspecten en Inzichten

Communicatie is een veelomvattend begrip dat een centrale rol speelt in ons dagelijks leven. Van een goed gesprek en een speech tot een blik van verstandhouding of een klop op de schouder: communicatie omvat alle manieren waarop mensen boodschappen aan elkaar overbrengen. Daarbij spelen drie elementen altijd een rol: een zender, een boodschap en een ontvanger.

Een goede communicatie is effectief wanneer de boodschap door de ontvanger precies zo wordt begrepen als de zender deze bedoelt. Hoewel dit eenvoudig lijkt, blijkt communicatie in werkelijkheid vaak complex en subtiel.

In dit artikel staan we stil bij enkele belangrijke basisprincipes van communicatie waarbij we ons onder meer baseren op het werk van Paul Watzlawick en Friedemann Schulz von Thun.

Wie was Paul Watzlawick?

Paul Watzlawick (1921-2007) was een Oostenrijks-Amerikaanse psycholoog en filosoof die bekend stond om zijn baanbrekende werk op het gebied van communicatie en systeemtheorie. Hij werkte aan het Mental Research Institute in Palo Alto, waar hij onderzoek deed naar menselijke interacties. Watzlawick publiceerde tal van werken over communicatie, waaronder "*Pragmatics of Human Communication*", dat hij samen met Janet Beavin Bavelas en Don D. Jackson schreef. Dit boek wordt beschouwd als een klassieker in de communicatiewetenschappen.

De communicatietheorie van Watzlawick is gebaseerd op drie fundamentele principes:

1. Men kan niet niet communiceren

Elk gedrag is communicatief. Zelfs zwijgen zendt een boodschap uit, zoals onverschilligheid, onzekerheid of verlegenheid.

2. Communicatie vindt plaats op meerdere niveaus

- **Inhoudsniveau:** WAT wordt gezegd; de feitelijke informatie.
- **Betrekkingniveau:** HOE het wordt gezegd; de relatie tussen zender en ontvanger. Dit niveau bepaalt vaak hoe de boodschap wordt opgevat.

Problemen in communicatie ontstaan vaak op het betrekkingniveau. Bijvoorbeeld: dezelfde boodschap klinkt heel anders wanneer een vader deze op een vriendelijke toon tegen zijn zoon zegt versus op een bevelende toon.

3. De uitgezonden boodschap is niet gelijk aan de ontvangen boodschap

De perceptie van de boodschap kan verschillen door aannames en interpretaties, wat Watzlawick interpunctieproblematiek noemt. Dit leidt vaak tot wederzijdse beschuldigingen en misverstanden.

Het werk van Watzlawick heeft veel invloed gehad op hoe we communicatie begrijpen, vooral in interpersoonlijke en therapeutische contexten.

Wie is Friedemann Schultz von Thun?

Friedemann Schultz von Thun (1944) is een Duitse psycholoog en communicatiewetenschapper, bekend om zijn bijdragen aan het begrijpen van menselijke interactie. Zijn beroemdste werk is het Vier-Aspectenmodel, dat hij presenteerde in het boek "*Miteinander Reden*" ("Met elkaar praten").

Schultz von Thun benadrukt dat elke boodschap vier lagen heeft die tegelijkertijd worden overgebracht. Zijn model wordt veel gebruikt in zowel professionele als persoonlijke communicatie om misverstanden te voorkomen en interacties te verbeteren. Zijn werk legt de nadruk op het inzichtelijk maken van hoe mensen elkaar begrijpen en hoe dit proces constructief kan worden gemaakt.

Zender en Ontvanger

De essentie van communicatie is eigenlijk heel simpel. *Iemand* brengt een *boodschap* over naar een *ander*. Dat wil zeggen dat we over communicatie spreken wanneer er sprake is van een zogenaamde zender, een ontvanger en een boodschap die door de zender naar de ontvanger wordt gezonden. In schema ziet dat er als volgt uit:



We kunnen spreken van effectief communiceren wanneer de boodschap door de ontvanger precies zo begrepen wordt als de zender heeft bedoeld.

En dat lijkt zo eenvoudig, maar in werkelijkheid is communiceren een ingewikkeld en vaak subtiel proces waarbij veel mis kan gaan.

Inhouds- en Betrekkingsniveau

Zoals Watzlawick aangaf is er sprake van een Inhouds- en een betrekkingsniveau tijdens het communiceren. Het effect van een boodschap is afhankelijk van: *Wat je zegt en Hoe je het zegt*.

Datgene wat je zegt heeft meestal de boventoon, het is de inhoud. De manier waarop je het zegt is de zogenaamde ondertoon, het hoe, het betrekkningsniveau.

De boventoon is dus de inhoud, de feitelijke mededeling. De ondertoon is moeilijker, deze geeft aan hoe de inhoud opgevat dient te worden.

Communicatie, het hoe en het wat: een voorbeeld:

Vader: *Is dat een kapstok?*

Zoon: *Nee, dat is nou een stoel.*

Vader: *Je loopt er verdomme langs, langs de kapstok*

Zoon: *Ja ik weet het, je hoeft mij niet te vertellen wat een kapstok is.*

Vader: *Waarom hang je je jas er dan niet aan?*

Zoon: *Mijn jas hangt al ergens.*

Vader: *Maar niet aan de kapstok*

Zoon: *Nee, niet aan de kapstok, hij hangt over een stoel. Dat is een stoel, geen kapstok.*

Vader: *Dat bedoel ik.*

Zoon: *Mooi, dan zijn we het eens.*

Vader: *Mooi. (stilte)*

Nou, komt er nog wat van?

Zoon: *Waarvan?*

Vader: *Die jas, de kapstok, ik dacht dat we het eens waren.*

Zoon: *Waren we ook.*

Vader: *Juist. En waarover waren we het eens dan?*

Zoon: *Dat een stoel geen kapstok is.*

Vader: *Juist. (stilte) Nou?*

Zoon: *Nou?*

Vader: *Nou?*

Zoon: *Wat wil je nou van me?*

Vader: *Dat je je jas aan de kapstok hangt!*

Zoon: *Zeg dat dan meteen.*

(uit: "Is dat een kapstok, "scenes uit een gezin" door Esther Gerritsen)

De vader bedoelde met zijn vraag "Is dat een kapstok?": Haal je jas van de stoel en hang hem aan de kapstok. De zoon begreep de bedoeling van zijn vader waarschijnlijk wel, maar reageerde alleen op het *inhoudelijke* van de boodschap. Hij deed alsof hij niet begreep hoe hij de boodschap moest interpreteren.

Schulz von Thun geeft aan dat iedere boodschap min of meer vier verschillende aspecten omvat. Waarbij één aspect de feitelijk inhoud is en de andere drie gaan over het betrekkningsniveau. Hij onderscheidt deze vier aspecten:

- **Het zakelijke aspect**
- **Het expressieve aspect**
- **Het relationele aspect**
- **Het appellerende aspect**

Voorbeeld: Er rijdt een echtpaar in een auto. Zij zit achter het stuur. De man (de zender) wijst op een verkeerslicht dat nog een heel eind van hen vandaan is en zegt tegen de vrouw (de ontvanger): “Het licht staat op groen!”

Het zakelijke aspect

Allereerst bevat de boodschap een beschrijving van feiten. In dit geval weten we nu dat zich verderop een verkeerslicht bevindt en dat het op groen staat.

Het expressieve aspect

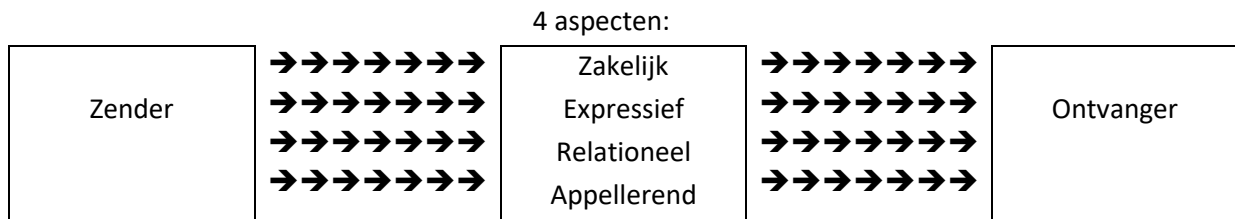
Met het verzenden van een boodschap geef je ook informatie over jezelf. In het voorbeeld wordt duidelijk dat hij Nederlands spreekt en vermoedelijk niet kleurenblind is, wakker is en zit op te letten. Verder heeft hij misschien haast enzovoorts.

Het relationele aspect

Het relationele aspect van een boodschap geeft aan hoe de zender tegenover de ander staat, wat hij van hem of haar vindt. Voor dit aspect van de boodschap is de ontvanger zeer gevoelig, daar hij zich op dit punt als persoon voelt aangesproken. In het voorbeeld zou de vrouw uit de opmerking van haar man kunnen afleiden dat hij haar niet helemaal toevertrouwt om zonder hulp de auto te besturen. De vrouw zou hierop kunnen reageren met een opmerking als: “Rij jij of rij ik?”

Het appellerende aspect

Het appellerende aspect van een boodschap geeft aan wat je eigenlijk van iemand wilt. Bijna iedere boodschap is bedoeld om een bepaalde invloed op een ander uit te oefenen; je doet een appèl op de ontvanger. In het voorbeeld van het stoplicht zou het appèl kunnen zijn: “Geef wat meer gas, dan halen we het misschien nog.”



Gaan we terug naar het voorbeeld van de vader en de zoon dan zouden we de boodschap “Is dat een kapstok?” bijvoorbeeld als volgt kunnen interpreteren:

- Inhoudelijk: Is de stoel die daar staat een kapstok?
- Expressief: Ik ben wakker. Ik zit op je te letten. Ik vind het niet prettig wanneer mensen hun spullen niet op de plaats leggen waar het hoort. Ik vind dat jassen aan de kapstok horen.
- Relationeel: Ik heb het idee dat jij niet helemaal begrijpt dat jij je jas niet over de stoel hoort te hangen, maar aan de kapstok. Ik ben hier de baas in huis en jij dient je hier volgens mijn regels te gedragen.
- Appellerend: Haal je jas van de stoel en hang hem aan de kapstok.

In onderstaande tabel zijn de vier aspecten van communiceren nogmaals weergegeven vanuit zowel het perspectief van de zender als van de ontvanger.

	Zender	Ontvanger
Zakelijke aspect	De zender is bezig met het geven van zakelijke informatie, een beschrijving van feiten.	De ontvanger is bezig met het luisteren en proberen te begrijpen van de boodschap.
Expressieve aspect	De zender geeft informatie over zichzelf en wil bijvoorbeeld een goede indruk maken, hij drukt uit hoe hij zichzelf ziet, of zoals hij graag gezien wil worden. Daarnaast geeft hij onbewust misschien ook informatie, bijvoorbeeld over zijn gemoedstoestand. Hij is bijvoorbeeld erg zenuwachtig of gespannen.	De ontvanger is bezig met vragen als: - Wat is dat voor iemand? - Wat is er op dit moment met hem aan de hand?

Relationele aspect	De zender heeft een bepaald beeld van de ontvanger en het relationele aspect van zijn boodschap drukt het volgende uit: - Zo zie ik jou - Zo zie ik ons - Zo zie ik onze relatie	De ontvanger vraagt zich af: - Hoe staat de zender tegenover mij? - Hoe voel ik mij door hem behandeld? - Hoe kijkt hij aan tegen onze relatie?
Appellerende aspect	De zender wil iets van de ander en probeert dit over te dragen: Dit wil ik van jou	De ontvanger is bezig met vragen als: - Wat wil hij van mij? - Wat kan ik het beste doen?

Om het ingewikkeld te maken...

Wij mensen zijn soms in staat om het voor elkaar behoorlijk ingewikkeld te maken. Watzlavik spreekt in dit verband over Paradoxen en Dubbele bindingen en over het ontwijken van communicatie door middel van diskwalificaties.

Paradoxen

Een paradox ontstaat wanneer een boodschap tegenstrijdig is, zoals "Wees spontaan". Hoewel dit logisch klinkt, kun je niet spontaan zijn op commando. Dit soort boodschappen zorgt voor verwarring en kan leiden tot stilstand in de communicatie.

Dubbele Bindingen

Dubbele bindingen zijn nog ingewikkelder dan paradoxen en komen vaak voor in nauwe relaties, zoals tussen ouders en kinderen. Een kind kan bijvoorbeeld horen: "Doe wat je wilt, maar stel me niet teleur." Dit geeft een onmogelijke opdracht, omdat welke keuze het kind ook maakt, het toch niet goed zal zijn. Dit kan veel stress en spanning veroorzaken.

Diskwalificaties

Wanneer mensen bijvoorbeeld een conflicten willen vermijden, gebruiken ze soms diskwalificaties. Dit zijn manieren om een gesprek te ontwijken zonder het probleem echt op te lossen. Enkele voorbeelden hiervan zijn:

- Zwijgen of wegstaren.
- Het onderwerp veranderen.
- Dingen uit verband trekken of overdrijven.
- Grappen maken om een serieus gesprek te vermijden.

Hoewel dit tijdelijk rust kan brengen, blijft het echte probleem onopgelost.

Metacommunicatie: praten over het praten

Opzettelijk of niet opzettelijk, er kan van alles misgaan als de boodschap anders binnenkomt dan bedoeld. Als je hier uit wilt komen dan wordt het tijd om te gaan meta-communiceren. Metacommunicatie betekent communiceren óver het communiceren. Dit betekent dat je het gaat hebben over het *hoe* van het communiceren, over de ondertoon of over het betrekkingniveau. Metacommunicatie is in veel gevallen een geschikte manier om communicatieproblemen op te lossen. Ook wanneer je het idee hebt dat er iets mis is in de communicatie, terwijl je niet precies weet wat er aan de hand is kun dit het beste ter sprake brengen. Bijvoorbeeld door te zeggen:

“Ik heb het idee dat we langs elkaar heen aan het praten zijn, hoe kijkt u daar tegen aan?”

of *“Voordat we verder gaan, laten we het eerst eens hebben over de manier waarop we de afgelopen tien minuten met elkaar hebben gesproken.”*

Wat er mis kan gaan op de vier aspecten

Paradoxen, dubbele bindingen en meer. Er kan van alles mis gaan en dankzij het vier-aspecten model van Schultz von Thun, kunnen we wat preciezer gaan kijken naar de manier waarop er wordt gecommuniceerd. Wanneer er iets mis gaat in de communicatie kunnen we vervolgens door middel van bijvoorbeeld metacommunicatie in gaan op het hoe van het communiceren.

We zullen hieronder per aspect (zakelijk, expressief, relationeel en appellerend) bespreken wat er mis kan gaan in de communicatie en hoe het is te verbeteren.

Het zakelijke aspect

Wat kan er mis gaan?	De boodschap is onduidelijk en/of onbegrijpelijk
Hoe verbeteren?	Eenvoud van stijl Heldere structuur Bondigheid Aantrekkelijkheid Verplaatsen in de belevingswereld van de ontvanger
Wat kan er mis gaan?	Onzakelijkheid van de boodschap door meespelende gevoelens etc.
Hoe verbeteren?	Ingaan op de expressie, zodat het een apart onderwerp van gesprek kan worden

Het expressieve aspect

Wat kan er mis gaan?	Angst om jezelf bloot te geven kan er voor zorgen dat je gaat - imponeren (bijv. door het gebruik van elitair taalgebruik) - een façade gaat opzetten (je zwijgt, houdt je sterk en toont geen gevoelens)
Wat is het effect?	Het zakelijk rendement is niet optimaal Je bent te veel met je eigen optreden bezig Het vormt een barrière in je relatie Bij de ander ontstaat weinig begrip en solidariteit Het is slecht voor je gezondheid
Hoe verbeteren?	Meer van jezelf en van je gevoelens prijsgeven
Wat is het effect?	De ontvanger is minder op zijn hoede Hij kan intensiever luisteren Het creëert een veiliger omgeving om te communiceren

Het relationele aspect

Wat kan er mis gaan?	Door gedrag, intonatie, houding van de zender kan de ontvanger in een (door hem ongewenste) rol worden gedrukt
Wat is het effect?	Weerstand Sympathie, of juist antipathie Sturing, bevoogding Autoriteit Een ongelijkwaardige verhouding tussen beide Een onderhuids touwgetrek om de macht
Hoe verbeteren?	Op dezelfde toon tegen de ontvanger spreken als hij tegen jou kan doen.
Wat is het effect?	Gelijkwaardigheid in de relatie
Wat kan er mis gaan?	De verwachtingen over elkaar van zender en ontvanger beïnvloeden het oordeel over wat ze horen
Wat is het effect?	Ontvanger reageert op wat hij verwacht te zullen horen of wil horen In stand houden van de beeldvorming over elkaar
Hoe verbeteren?	Tijdig metacommuniceren om helderheid te verkrijgen over de relatie, uitspreken van wederzijdse verwachtingen
Wat is het effect?	Helderheid over hoe zender en ontvanger tegenover elkaar staan Inzicht in wat de gesprekken zo vruchteloos maakt

Het appellerende aspect

Wat kan er mis gaan?	Het appellerende aspect van een boodschap is verborgen, versluierd
Hoe komt dat?	De zender is bang om afgewezen te worden Er bestaat onduidelijkheid over de kans van slagen De zender probeert vrijwilligheid mogelijk te maken

Hoe verbeteren?	Er bestaat angst om de ander te manipuleren 1. Nagaan wat je wilt en dit duidelijk onder woorden brengen 2. Niet per sé eisen dat aan jouw wens gehoor wordt gegeven 3. Accepteren als de ontvanger geen gehoor geeft aan jouw verzoek
Wat is het effect?	De ontvanger voelt zich vrij in zijn reactie op het verzoek Is het antwoord nee, dan hoeft de relatie niet verstoord te zijn

Conclusie

Communiceren is niet altijd even makkelijk. Door bewust te zijn van de dynamiek van communicatie en gebruik te maken van metacommunicatie, kunnen we misverstanden verminderen en effectiever communiceren. Zoals Watzlawick treffend stelt: "Men kan niet niet communiceren."