

## Hoofdstuk 6. Spreek zoals je praat

[PV “Zonnestralen vallen precies op het rek. Ik ga met mijn hand over de prachtige kleding. Die verschillende stoffen, alle texturen, zacht satijn, stevige denim. Die kleuren, zo'n prachtig neonroze biesje op een bloesje...”

Aan het woord is personal branding styliste en image coach Henriette Visser, die meedoet aan mijn Pak je Podium Programma. Ze maakt samen met mij haar verhaal en vertelt dat live op het online Pak je Podium Event om gelijk ervaring op te doen als spreker.

Meteen wordt de liefde die ze heeft voor kleding duidelijk als ze begint te praten. Met haar handen beeldt ze uit dat ze liefdevol langs het kledingrek strijkt. We zijn allemaal gebiologeerd en hangen aan haar lippen... /PV]

Hoe komt het dat wanneer je presenteert, je vaak alle natuurlijkheid verliest? Dit hoofdstuk gaat over teksten schrijven, die lijken alsof ze net bedacht zijn. Het lijkt een goed idee om je presentatie niet helemaal voor te bereiden, zodat het lekker spontaan blijft. Maar dat brengt je in gevaarlijke situaties als je de regie kwijtraakt en moet zoeken naar woorden. Dan krijgt je zelfvertrouwen een flinke knauw.

Als ik motivational speaker of dagvoorzitter bent, schrijf ik mijn teksten altijd uit. Ik spreek de tekst meerdere malen hardop uit, net zolang tot ik het ook uit mijn hoofd kan. Maar let op: dat betekent niet dat ik het op het moment suprême letterlijk zo uitspreek. Dan improviseer ik en gebruik ik mijn tekst als leidraad. Ik neem soms een kleine omweg en spring spontaan in op vragen en reacties van het publiek, maar ik vind altijd mijn weg weer terug naar de hoofdroute. Als spreker maak ik meestal geen gebruik van Powerpoint of ik toon slides met slechts een woord of afbeelding, zodat ik makkelijk kan onthouden waar ik ben in mijn verhaal, zonder op een kaartje te kijken. Als dagvoorzitter heb ik kaartjes in mijn handen, die ik hardop oefen voor aanvang. Tijdens de daadwerkelijke presentaties gebruik ik de kaartjes weinig, behalve voor namen, titels of andere informatie die ik op dat moment niet paraat hebt. Schriftelijke tekst is vrijwel altijd de basis voor mijn presentatie, desnoods een vluchtig krabbeltje. Maar wat schrijf je dan op?

### Less is More

Bij het hoofdstuk over storytelling hebben we het al gehad over de kracht van verhalen. Die lenen zich veel beter om te vertellen dan feitelijke verhandelingen. Maar hoe kun je je teksten zo schrijven, dat ze klinken als een verhaal? Vaak is schrijftaal formeler dan spreektaal. Denk aan woorden als 'echter' en 'welke'. Hoe vaak gebruik je die in een gewoon gesprek? Toen ik begon als jonge onervaren televisiepresentatrice was mijn grootste angst dat mensen mijn dom vonden. Stel je voor: ik wring me in allerlei bochten om te laten zien dat ik heus wel weet waar ik het over heb. Uit onzekerheid stel ik zogenaamd diepgravende vragen, die veel te gekunsteld zijn en vooral laten zien dat ik echt wel voorbereid ben. Nu pas snap ik hoe heerlijk bevrijdend het is als je gewoon jezelf bent en eerlijk. Zowel in het stellen van vragen, als in het vertellen van je verhaal. Domme vragen bestaan niet!

Je wil ver weg blijven van die extreem professionele toon. Durf formele taal aan de kant te schuiven en veel simpeler te communiceren. Weg met jargon! Zelfs al spreek je voor een vakpubliek, dan nog heb je de verantwoordelijkheid om te boeien. Maak je zinnen een stuk korter dan je normaal zou schrijven. Hak lange zinnen op in stukken en vermijd veel bijzinnen. Scan je verhaal op jaartallen, namen, percentages, cijfers en veel informatie. Is het echt nodig om dat allemaal in je verhaal te stoppen? Ben je bang om onvolledig te zijn? Misschien heb je last van de belemmerende overtuiging dat je alles moet weten. Dat hoeft niet: Jij bent de baas en de kijker weet niet wat jij weglaat.

Als iemand een verslag leest, blader je terug als je even iets niet meer weet of begrijpt. Dat kan niet bij een presentatie: het verhaal gaat voorwaarts. Maar je hebt toch je Powerpointpresentatie die de cijfers kan uitleggen? Fout! Bij het bekijken van een presentatie winnen je ogen het van je oren. Je ogen bekijken een plaatje of grafiek en dat gaat ten koste van wat je hoort: dat komt niet binnen. Helemaal niet als jij al bij het volgende deel in je verhaal bent en de kijker nog steeds naar een staafdiagram tuurt. Dan lopen jouw verhaal en de illustratie uit de pas. Probeer maar eens niet naar de ondertiteling te kijken van een film. Grote kans dat je ogen daar gewoon naartoe getrokken worden, ook al kun je de taal best volgen. Dus een presentatie met veel informatie die ook nog eens heel veel PowerPointsides heeft, wordt er juist minder duidelijk op.

Schrap ook hulpwerkwoorden (iets wat ik ook doe bij het schrijven van dit boek. Anders stond in de zin hiervoor: wat je ook zou kunnen doen is het schrappen van hulpwerkwoorden.) Waar het heel beleefd is als je bij de bakker vraagt of je een taartje zou mogen, is het bij een online event ook een kwestie van tijd en de kijker bij de les houden. Daarom mogen we wat directer zijn. Pardon: wees daarom directer.

[Tip: soms bieden studio's de mogelijkheid om te werken met autocue. Dat klinkt lekker makkelijk, want je leest toch gewoon alles op? Vergis je niet: hier is het extra belangrijk dat je je teksten 'bekkend' maakt. Lees niet zomaar iets op dat een ander heeft geschreven. Oefen het een flink aantal keer hardop en vergeet je de mimiek niet!]

## Spanning

Straks lees je in dit hoofdstuk de manier om de aandacht van je kijker vast te houden, maar eerst deze tip: Maak gebruik van de tegenwoordige tijd als je vertelt. Daardoor zit de kijker midden in het verhaal, ook al is het al een tijd geleden gebeurd. Soms voelt het onnatuurlijk om dit te doen, maar probeer het maar eens en je ziet dat het heel uitnodigend werkt. Blader even terug naar mijn anekdote over mezelf als onzekere jonge presentatrice: deels is die expres in de tegenwoordige tijd geschreven, waardoor je meer in het moment zit.

Wat was nou de tip om de aandacht vast te houden? Dit mag je echt niet missen. Het is teasen! Ik werkte ooit bij de radio en daar is het gebruikelijk om je luisteraar de hele tijd een worst voor te houden wat er straks komt. De DJ laat alvast dat leuke refreintje van die pophit horen, voordat hij het nieuws aankondigt, in de hoop dat de luisteraar blijft hangen.

Begin bijvoorbeeld met een spannend verhaal, maar bewaar de ontknoping voor later. Of zeg: “dit wil je echt even opschrijven, dat is misschien wel het belangrijkste, dat je vandaag hoort.” Reken maar, dat je publiek snel de notitieboekjes opdiept uit de tas! Je stem is hier ook weer van belang. Doe alsof je een geheim onthult met je stem: “ik wil je nu iets vertellen, dat geloof je niet...!” Durf ook hier die dramatische pauze te laten vallen. Zulke teasers kun je van te voren bedenken en verwerken in je tekst.

## Betrokkenheid

Bij een online event kijken meerdere mensen, maar je ervaart minder een groepsgevoel dan bij een evenement in een volle zaal. Maak daar gebruik van en spreek mensen persoonlijk en individueel aan. Als je het de hele tijd over 'jullie' hebt, maar de kijker zit alleen thuis achter zijn laptop, dan klopt het niet helemaal. Kies dus voor “Leuk dat **je** kijkt.” Als je de kijker met 'u' aanspreekt, komt dat goed uit: dat bedient enkelvoud en meervoud. Maar het moet wel bij de *tone of voice* van je online event passen.

## Actie

Stel, je leest een spannend boek, dat begint met een achtervolging in een Florentijns museum. Iemand wordt achterna gezeten. Je leest de angst in zijn ogen en voor je het weet wordt hij in koelen bloede vermoord. Een hoofdstuk verder word je wakker met de held van het verhaal Robert Langdon, die de dader moet ontmaskeren. Deze schrijftechniek waarbij je midden in de actie begint, is niet uitgevonden door de beroemde thrillerauteur Dan Brown, maar stamt al uit de Romeinse tijd. Deze techniek heet 'in medias res', dat betekent 'in het midden van de zaken'. Je hoeft niet altijd een chronologisch verhaal te vertellen of een uitvoerige inleiding te houden, waarin je de clou al weggeeft. ("Deze mop gaat over een skiwi: wat is groen en suist van de berg?") Dan is er niks meer aan. Durf midden in je verhaal te starten, net zoals Henriette aan het begin van dit hoofdstuk. Ja, de kans is groot dat je kijker geen idee heeft waar je naartoe wil. Mooi, dan blijft hij wel even luisteren!

[Tip: denk je dat je zakelijke presentaties niet geschikt zijn voor om echt te vertellen? Ik ben zelf fan van de Amerikaanse bestsellerauteur en spreker Malcolm Gladwell. Zijn intelligente verhalen zijn een aaneenschakeling van verhalen en voorbeelden. Zoek hem op YouTube op en laat je inspireren.]

[Oefening: Wil je weten wat de volgende oefening is? Lees dan snel verder! Jawel, we gaan teasen! Oefen in gesprekken met technieken om je verhaal spannender te maken. "Wil je weten wat het volgende beleg op mijn boterham is? Dat zie je zo, na deze beschuit met muisjes!" Het is een speelse manier om jezelf eraan te wennen.]