

Eigen roem stinkt – of niet?

Een onderzoek naar het benadrukken van de eigen deskundigheid in de opening van speeches

Saskia Decorte, Jaap de Jong & Bas Andeweg

Snoeven wordt in de meeste handboeken afgeraden voor sprekers; een bescheiden opstelling zou – zeker in de inleiding van speeches – effectiever zijn. Dit advies was onderwerp van een drietal experimenten waarbij aan een groep luisteraars verschillende deskundigheidsopeningen werden gepresenteerd. Uit de resultaten komt naar voren dat een spreker die een grote nadruk legt op zijn eigen deskundigheid als geloofwaardiger wordt beoordeeld dan een spreker die weinig nadruk legt op zijn eigen deskundigheid. Een spreker die zich zeer bescheiden opstelt, wordt als minder geloofwaardig beoordeeld. Ook wordt zo'n inleiding weinig boeiend gevonden. De conclusie luidt dat 'snoeven' een positief effect heeft op de geloofwaardigheid van de spreker. Eigen roem stinkt minder dan verwacht.

1 Inleiding

Bij het luisteren naar speeches hanteren mensen als vuistregel: 'accepteer eerder het standpunt van geloofwaardige mensen dan van ongeloofwaardige mensen' (Hoeken, 1998). Daarom is de geloofwaardigheid van de spreker, door Aristoteles aangeduid met de term 'ethos', zo belangrijk. Door een grotere geloofwaardigheid van de spreker op het gebied van het onderwerp wordt de welwillendheid van het publiek om het standpunt te accepteren versterkt. Het is in de invloedrijke overtuigingsleer van klasieke retorica een van de drie hoofdfuncties van de inleiding van een presentatie of toespraak, het *iudicem benevolum facere*: het publiek welwillend maken door de geloofwaardigheid van de spreker op het gebied van het onderwerp vast te stellen.¹

Aristoteles zag al scherp dat geloofwaardigheid eerder het product is van beeldvorming dan van feitelijke kwaliteiten: essentieel is dat de spreker een geloofwaardige indruk maakt. Dit is volgens Enos (1996) in onze tijd nog steeds een invloedrijke visie. Oomkes (2000) verwoordt het als "wat telt is schijnbare oprechtheid". (p. 264).

O'Keefe (1990) geeft aan dat het ethos van de spreker voornamelijk bepaald wordt door de factoren 'deskundigheid' en 'betrouwbaarheid'. Dit wordt ondersteund door verschillende onderzoeken, waarbij men door middel van factoranalyse stabiele, onafhankelijke elementen van geloofwaardigheid probeerde te vinden (o.a. Hovland, Janes & Kelly, 1953). De factoren 'deskundigheid' (intelligent, capabel en goed geïnformeerd) en 'betrouwbaarheid' (eerlijk, onzelfzuchtig, vriendelijk) bleken hier steeds als belangrijkste uit naar voren te komen. Andere factoren met enige invloed zijn: *kalmte* van de spreker, de indruk dat de spreker *prettig gezelschap* is en *extraversie* van de spreker (zie ook Oomkes, 2000). O'Keefe (1990) stelt echter dat deze factoren alleen een indirecte invloed hebben op de geloofwaardigheid *via* hun effecten op des-

kundigheid en betrouwbaarheid. Het publiek vormt, volgens hem, het oordeel over de deskundigheid van een spreker grotendeels op grond van informatie over de opleiding, de functie en de ervaring van de spreker: hoe hoger, respectievelijk breder deze zijn, hoe deskundiger de spreker overkomt. Ook kan door het citeren van een deskundige en competente bron iets van die deskundigheid op de spreker afstralen.

De inleiding is een voorkeursplaats voor het versterken van de geloofwaardigheid. Uit verschillende onderzoeken blijkt dat het effect van geloofwaardigheid vermindert als de identiteit van de bron pas na de boodschap aan het publiek wordt gepresenteerd (Greenberg & Miller, 1966; O’Keefe, 1987).

Ook recent experimenteel onderzoek geeft aan dat het mogelijk is voor de spreker om zijn deskundigheid in de ogen van het publiek te vergroten. In het onderzoek van Andeweg en De Jong (1996, 1998) wordt de spreker met een zogenoemde ethosopening significant als het meest deskundig gewaardeerd. Deskundiger dan bijvoorbeeld een spreker die begint met een – als boeiender beoordeelde – anekdoteopening.

De Nederlandse adviesboeken zijn spaarzaam in hun advies over het vergroten van geloofwaardigheid. Wat wordt de beginnende spreker voorgehouden? Volgens Korswagen (1976) is een *objectieve* opsomming van kwaliteiten de aangewezen methode om de geloofwaardigheid te vergroten. Een spreker dient dus zijn gunstige kanten *niet extra* in de verf te zetten. Op deze manier benadrukt de spreker zijn deskundigheid, zonder het gevaar te lopen snoeverig en onbetrouwbaar over te komen. Om deze reden dringen de meeste adviesboeken die het onderwerp behandelen, erop aan je eerder tactisch en bescheiden op te stellen bij het aanhalen van eigen deskundigheid (Janssen e.a., 1996; Korswagen, 1993). Bescheidenheid werkt innemend en ‘eigen roem stinkt’. Janssen et al. (2002) raden aan de eigen deskundigheid terloops te benadrukken zonder daarbij erg op te scheppen. Zo geven zij als advies over het vertellen van een persoonlijke ervaring: “Ook is het hierbij aan te bevelen om geen ervaringen op te dissen, waarin je onbescheiden een glansrol vervult. Wie dat doet zal snel voor egotripper aangezien worden.” (p. 345).

Van der Spek (1995) raadt aan om een ik-gerichte inleiding te vermijden. Hij stelt dat “wie te luidruchtig de trom van de eigen intellectuele en morele kwaliteiten beroert, wordt gezien als snoever.” Wie ervan verdacht wordt een arrogante opschepper te zijn, lijdt met andere woorden ernstige schade. Hij suggereert verder dat het ook mogelijk moet zijn de deskundigheid indirect te vergroten door gebruik te maken van enige gedoseerde zelfkritiek.² Het aannemen van een dergelijke ‘underdog’-positie is echter niet ongevaarlijk. Janssen et al. (2002) stellen dat wanneer een spreker zich opstelt als slachtoffer, hij zelden sympathie opwekt bij het publiek. Volgens hen kan de spreker beter niet overdrijven in zijn bescheidenheid. Zo moet het bijvoorbeeld niet de vorm krijgen van een excuus.

In hun onderzoek naar het effect van toespraakinleidingen rapporteren Andeweg en De Jong (1996) een vergelijkbaar negatief neveneffect van de deskundigheidsopening. Ze nemen waar dat een “rechttoe-rechtaan benadrukking van eigen ervaring en kundigheid niet als een boeiend of aantrekkelijk toespraakonderdeel wordt waargenomen” (p.174). Die geringe aantrekkelijkheid of saaiheid doorkruist een andere primaire klassieke inleidingsfunctie, namelijk het aandachtig maken van het publiek (attentum parare).

Samenvattend kan een spreker dus zijn deskundigheid in de ogen van het publiek door eigen toedoen verhogen, maar hij loopt daarbij twee risico’s. Enerzijds lijkt het gevaar-

lijk om te snoeven, anderzijds lijkt het gevaarlijk om een ethos-inleiding met teveel zelfkritiek in te kleden. In dit artikel gaan we daarom in op de vraag of een spreker geloofwaardiger overkomt als hij zijn eigen deskundigheid in de inleiding zeer nadrukkelijk voorstelt of dat hij geloofwaardiger overkomt als hij zijn deskundigheid juist bescheiden voorstelt. Is het daarbij mogelijk om de genoemde risico's te minimaliseren?

2 Onderzoekopzet

Zijn luisteraars te beïnvloeden in hun perceptie van de deskundigheid van de spreker? Wordt een onbekende spreker geloofwaardiger gevonden als hij zijn eigen deskundigheid in de toespraakinleiding zeer nadrukkelijk voorstelt of wordt hij geloofwaardiger gevonden als hij zijn eigen deskundigheid bescheiden voorstelt? Of geen van beide? Het gaat hierbij dus om de geloofwaardigheid die gebaseerd is op wat de spreker zegt in de inleiding van zijn presentatie. Of de spreker bijvoorbeeld vooraf al te boek stond als een eerlijk of deskundig persoon, blijft in dit onderzoek buiten beschouwing. We hebben gekozen voor de veel voorkomende situatie waarin het ethos van de spreker (nog) onbekend of neutraal is.

Drie situaties worden onderzocht. In eerste instantie gaan we na wat de effecten zijn van inleidingen waarin de spreker in verschillende mate werk maakt van het benadrukken van de eigen deskundigheid. Dit varieert van een bescheiden tot een snoeverige aanpak.

Ten tweede onderzoeken we of door een stilistische ingreep de bijeffecten van de meest snoeverige aanpak te neutraliseren zijn. Wordt de spreker hier als zeer geloofwaardig beoordeeld, maar niet snoeverig gevonden?

Ten derde gaan we na of een specifieke vorm van zelfkritiek – de underdogpositie innemen – geloofwaardiger gevonden wordt of niet.

2.1 Ontwikkeling openingsvarianten

Voor het eerste experiment zijn drie openingsvarianten geconstrueerd die variëren in de mate waarin de deskundigheid van de spreker wordt benadrukt. Als basis voor de opening werd de ethosopening gebruikt uit het onderzoek van Andeweg & De Jong (1996); deze functioneert in ons onderzoek als de inleiding met de gemiddelde nadruk op deskundigheid. Het betreft hier de inleiding van een presentatie over het onderwerp 'Sick Building Syndrome' (Kurvers et al., 1994). In tabel 1 worden de twee overige openingsvarianten getoond. De openingen verschillen in het benadrukken van de positie van de spreker, maar ook in het gebruik van vaktaal en het 'opkloppen' van de ervaring.

Tabel 1 Openingsvarianten (variëties op deskundigheid)

Variant*	Commentaar / ingrepen
variant 1: Grote nadruk op eigen deskundigheid : Goedemorgen. Mijn naam is Erik de Graaff. Ik werk nu ruim zes jaar als seniorconsultant en sinds kort ook als partner bij het ARBO -adviesbureau Bruin Slot en Partners in Delft. Wij zijn de marktleider	<ul style="list-style-type: none"> Een uitgebreide opsomming van de naam van de spreker en de naam van het bedrijf (<i>Erik de Graaff, Bruin Slot en partners</i>), het beroep van de spreker en zijn functie en positie in de organisatie (<i>seniorconsultant en partner</i>). Ook vertelt hij meer dan strikt noodzakelijk is (<i>partner, ondermijn leiding,</i>

Variant*	Commentaar / ingrepen
<p>op het gebied van werkplekonderzoek en binnenklimaat in het kader van de ARBO - wet. <u>De laatste jaren hebben wij zeer veel ervaring opgedaan met de zogenaamde ARBO-kwaliteitsscan⁶</u>. Dit is een speciale, door ons ontwikkelde methode, om de arbeidsomstandigheden binnen bedrijven te diagnosticeren. Deze, in de vakliteratuur erg geprezen, methode is onder mijn leiding met succes toegepast bij erkende Sick Buildings zoals het hoofdkantoor van KPN in Den Haag, het ministerie van Sociale Zaken en de Koninklijke Bibliotheek. Op basis van deze expertise zal ik duidelijk maken dat een degelijke kwaliteitsscan mogelijk is met de meestal beperkte middelen die binnen een bedrijf aanwezig zijn.</p>	<p><i>in de vakliteratuur zeer geprezen methode)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Een 'ik -gerichte' benadering: goede prestaties worden directer aan de persoon zelf toegeschreven (<i>vaak gebruik van 'ik' of 'mijn' in relatie tot goede prestaties</i>) • Het opvoeren van deskundige bronnen (<i>de vakliteratuur</i>) • Opvoeren van kwaliteit van het bedrijf (<i>marktleider</i>), dat op de spreker afstraalt • Het gebruik van vakjargon en 'moeilijke woorden' (<i>consultant, diagnosticeren, ARBO -kwaliteitsscan, expertise</i>) • Kwaliteit beschrijven met (lichte) overdrijvingen (<i>ruim zesjaar, marktleider, veel ervaring, zeer geprezen, zeer succesvol, op basis van deze expertise</i>) - Krachtiger woordkeus (<i>zal ik duidelijk maken</i>)
<p>variant 2: Gemiddelde nadruk op eigen deskundigheid: Goedemorgen. Mijn naam is Erik de Graaff. Ik werk nu zo'n zes jaar als consultant bij het ARBO -adviesbureau <i>Bruin Slot en Partners</i> in Delft. Wij zijn de marktleider op het gebied van werkplekonderzoek en binnenklimaat in het kader van de ARBO-wet. De laatste jaren hebben wij veel ervaring opgedaan met de zogenaamde ARBO -kwaliteitsscan. Dit is een speciale, door ons ontwikkelde methode, om de arbeidsomstandigheden binnen bedrijven te diagnosticeren. Deze methode hebben we onder meer met succes toegepast bij erkende Sick Buildings zoals het hoofdkantoor van KPN in Den Haag, het ministerie van Sociale Zaken en de Koninklijke Bibliotheek. Op basis van deze ervaring wil ik duidelijk maken dat een degelijke kwaliteitsscan mogelijk is met de meestal beperkte middelen die binnen een bedrijf aanwezig zijn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Opsomming van de naam van de spreker en de naam van het bedrijf (<i>Erik de Graaff, Bruin Slot en partners</i>), het beroep van de spreker en zijn functie en positie in de organisatie (<i>consultant</i>). • Een 'ik/ons'-gerichte' benadering: goede prestaties worden direct aan de persoon zelf of aan de persoon in samenwerking met anderen toegeschreven (<i>vaak gebruik van 'ik' of 'ons' in relatie tot goede prestaties</i>) • Opvoeren van kwaliteit van het bedrijf (<i>marktleider</i>), dat op de spreker afstraalt • Enig gebruik van vakjargon en 'moeilijke woorden' (<i>consultant, diagnosticeren, ARBO -kwaliteitsscan</i>) • Kwaliteit beschrijven zonder veel nadruk (<i>zo'n zes jaar, marktleider, veel ervaring, op basis van deze ervaring</i>) • Voorzichtig taalgebruik (<i>wil ik duidelijk maken</i>)
<p>variant 3: Weinig nadruk op eigen deskundigheid: Goedemorgen. Mijn naam is Erik de Graaff. <u>Ik werk nu al een tijdje bij het ARBO- adviesbureau Bruin Slot en Partners in Delft. Wij zijn werkzaam op het gebied van werkplekonderzoek en binnenklimaat in het kader van de ARBO -wet⁶</u> De laatste tijd is er enige ervaring opgedaan met de ARBO-analyse. Dit is een methode om de arbeidsomstandigheden binnen bedrijven vast te stellen. Deze methode is toegepast bij enkele erkende Sick Buildings zoals het hoofdkantoor van KPN in Den Haag, het ministerie van Sociale Zaken en</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Enkel noemen van naam spreker en naam bedrijf (<i>Erik de Graaff, Bruin Slot en partners</i>) • Een 'onpersoonlijke' benadering; niet expliciet over eigen inbreng (<i>gebruik van 'ik' in neutralere context; 'is er' in plaats van 'wij</i>) • Niet opvoeren van deskundige bronnen • Niet opvoeren van kwaliteit bedrijf • Geen moeilijke woorden en vakjargon (<i>'vaststellen' in plaats van 'diagnosticeren'. ARBO-analyse' in plaats van 'ARBO-kwaliteitsscan</i>) • Voorzichtig, 'understatement-achtig' taalgebruik (<i>enige ervaring, wil ik duidelijk maken,</i>)

Variant*	Commentaar / ingrepen
de Koninklijke Bibliotheek. Ik wil duidelijk maken dat een dergelijke analyse mogelijk is met de meestal beperkte middelen die binnen een bedrijf aanwezig zijn.	

*Onderstreepte tekst wordt in experiment 2 en 3 vervangen
NB: De gebruikte naam van spreker en bureau zijn fictief

Iedere inleiding werd gecompleteerd door het realiseren van de zogenoemde *docilem*-functie van de inleiding. In dit geval gebeurde dat door het weergeven van de doelstelling van de presentatie en het aankondigen van de hoofdpunten ervan. De inleidingen zijn vervolgens in geschreven vorm voorgelegd aan een panel van vijf experts – docenten/trainers mondelinge communicatie. Naar aanleiding van deze expertbeoordelingen werden de inleidingen op ondergeschikte punten iets bijgesteld (met name de woordkeus werd enigszins aangepast om de tekst meer levensecht te maken). De experts waren van mening dat de beschreven inleidingen redelijk levensecht waren: zij achtten het waarschijnlijk dat dergelijke openingen ook in de praktijk zouden voorkomen. Zij vonden de inleidingen duidelijk verschillend ten aanzien van het aspect deskundigheid. De opening met de meeste nadruk op deskundigheid werd door hen als snoeverig beoordeeld.

Daarnaast is er in een tweede experiment een openingsvariant onderzocht met een grote nadruk op de eigen deskundigheid en ‘praeteritio’. Dit is een retorische techniek waarbij een (valse) indruk van bescheidenheid wordt gewekt: de spreker zegt niet in te gaan op zijn eigen kwaliteiten, maar doet dit vervolgens toch.³ In plaats van de onderstreepte zin in variant 1 (zie tabel 1) werd de volgende zin uitgesproken: *Maar genoeg over mezelf. Ik wil graag ingaan op een onderwerp dat een stuk interessanter is, namelijk de ARBO-kwaliteitsscan.*

Ten slotte is voor het derde experiment een openingsvariant geconstrueerd waarin de spreker zijn deskundigheid juist zeer bescheiden weergeeft. Hij neemt een duidelijke underdog-positie in. Hij meldt dat hij een vervanger is van de echte deskundige. In plaats van de onderstreepte zin in variant 3 (zie tabel 1) werd de volgende zin uitgesproken: *Omdat de specialist, de heer Bruin Slot, vandaag niet beschikbaar was, zal ik u iets vertellen over werkplekonderzoek en binnenklimaat in het kader van de ARBO-wet. Een onderwerp waar ik wel betrokken bij ben, omdat ik werk bij het ARBO-adviesbureau Bruin Slot en Partners in Delft.*

2.2 Vragenlijst

De effecten van de inleidingen op het publiek werden bepaald met hulp van een vragenlijst die direct na het zien van de inleiding moest worden ingevuld. De vragenlijst was gebaseerd op Andeweg & De Jong (1996). De vragenlijst bestond uit twee delen: een deel met algemene stellingen over voorkennis, belang en boeiendheid van het onderwerp – een vijfpuntsschaal) en een deel met tweeëntwintig stellingen over onder meer de aspecten boeiendheid (hier zijn vier stellingen samengenomen die sterk samenhangen: $\alpha = .84$), geloofwaardigheid (vier stellingen; $\alpha = .80$) en snoeverigheid (twee stellingen; $\alpha = .70$) van de spreker. De proefpersonen konden hier aangeven in hoeverre ze het eens waren met de gepresenteerde uitspraak (vijfpuntsschaal).

2.3 Proefpersonen

De proefpersonen waren allen studenten van de Technische Universiteit Delft, afkomstig van verschillende faculteiten – Werktuigbouwkunde, Maritieme techniek en Technische Bestuurskunde – met een gemiddelde leeftijd van 20 jaar (5 groepen; $N=105$). Elke groep proefpersonen kreeg slechts één van de vijf openingsvarianten te zien om ongewenste effecten van verschillende vertoonvolgordes uit te sluiten.

De studenten zeiden – in de vragenlijst – over het onderwerp van de presentatie, het *Sick Building Syndroom*, vrij weinig kennis te hebben (gemiddeld op vijfpuntschaal: 1,51) en verwachtten dat het onderwerp niet saai en niet boeiend was (gem. 2,94) en dat het mogelijk nuttig was om op de hoogte te zijn van het onderwerp (gem. 3,00). Er bestonden geen significante verschillen tussen de vijf groepen.

2.4 Proefopzet

De inleidingen werden gepresenteerd door een universitair didacticus – een ervaren docent – en opgenomen op een videoband. De spreker was een onbekende voor het publiek. De inleidingen worden deels voorgelezen, deels recht naar het publiek gesproken met een redelijk levendige intonatie (zonder overdrijving). Iedere inleiding duurde ongeveer 1.40 minuten.

Tabel 2 Context inleiding

Veronderstel u bent aanwezig op een dag die georganiseerd wordt in het kader van uw opleiding tot ingenieur over aspecten van de nieuwe ARBO-wet. De onderwerpen van de dag zijn onder meer stresspreventie, ziekteverzuim, flexibele arbeidstijden, job rotation en sick building syndrome.
Op de uitnodiging vindt u de volgende informatie: [...]
De inleider zegt: “de volgende spreker is Erik de Graaff. De titel van zijn verhaal is *Sick Building Syndroom: een onderschat probleem*.“

De proefleider verduidelijkte kort de context van opening (zie tabel 2). De proefpersonen beantwoordden vervolgens de algemene vragen en zagen daarna een van de vijf inleidingen. Ten slotte vulden ze het tweede deel van de vragenlijst in. Elke groep kreeg slechts een van de vijf openingsvarianten te zien.

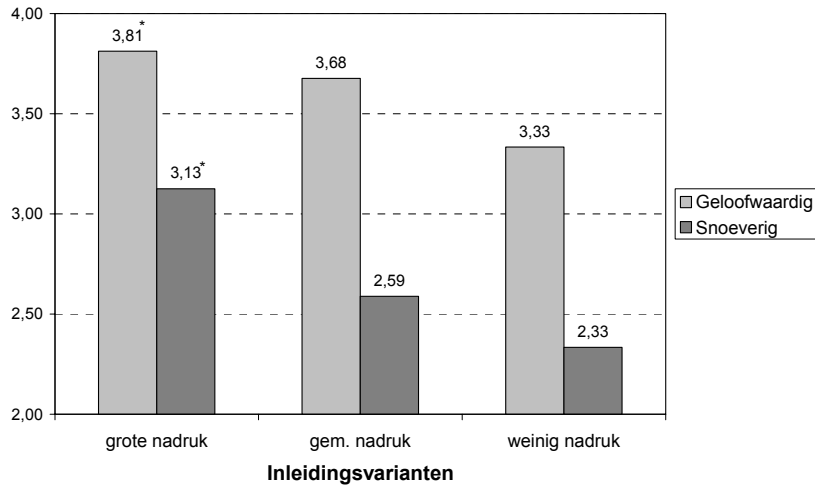
3 Resultaten

De antwoorden op de vragen werden in het data-analyseprogramma SPSS verder verwerkt. Hieronder worden de resultaten per deelexperiment weergegeven. De volgende hoofdeffecten over de vijf gebruikte inleidingsvarianten waren waarneembaar op de factor geloofwaardigheid ($F(4) = 4,691$; $p = .002$) en de factor snoeverigheid ($F(4) = 4,753$; $p = .001$). Op de factor boeiendheid werd geen effect gemeten ($F(4) = 1,583$; $p = .185$). De verschillende openingsvarianten verschillen op dat aspect blijkbaar minder dan de inleidingen in het experiment van Andeweg en De Jong (1996), waarin onder meer een anekdote-inleiding als contrast opgenomen was.

3.1 Meer of minder geloofwaardig?

In hoeverre herkennen de proefpersonen de spreker als meer of minder geloofwaardig? In dit experiment werden de drie groepen vergeleken die een inleiding zagen met weinig nadruk op deskundigheid ($N=21$), met een gemiddelde nadruk ($N=17$) en een grote

nadruk ($N=24$). Figuur 1 geeft aan dat de verschillen in deskundigheid als zodanig door de luisteraars zijn opgemerkt.

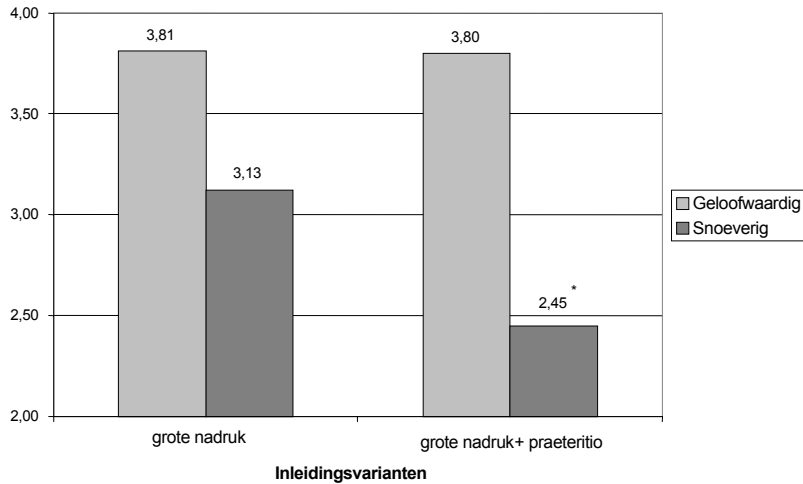


Figuur 1 Experiment 1 - variaties in deskundigheid $N=62$ [*: $p < .05$]

Uit de analyse blijkt dat de verschillen op de factor *geloofwaardigheid* in de verwachte richting zijn: meer geloofwaardig bij meer nadruk op deskundigheid. Het verschil tussen de conditie met grote nadruk op deskundigheid en de conditie met weinig nadruk op deskundigheid is significant ($t(43) = 2,508$; $p = .016$). Ook op de factor *snoeverigheid* zijn de verschillen zoals verwacht mocht worden: bij veel nadruk op de eigen deskundigheid ontstaat het toch wat problematische bijeffect van snoeverig gevonden te worden. Ook hier verschilt de conditie met weinig nadruk significant van de conditie met grote nadruk op deskundigheid ($t(43) = 2,754$; $p = .009$).

3.2 Experiment 2: geloofwaardigheid vergroten zonder snoeverigheid

In hoeverre is de eigen deskundigheid te vergroten zonder dat de bijeffecten van snoeverigheid een rol gaan spelen? In dit experiment vergelijken we een groep die een inleiding zag met grote nadruk op deskundigheid ($N=24$) met een groep waarin één zin in de inleiding veranderd was ($N=20$). Hier is zoals gezegd de retorische kunstgreep van de *praeteritio* toegepast, waarbij volgens klassieke opvattingen de spreker een indruk van bescheidenheid wekt. Uit figuur 2 blijkt dat de luisteraars de geloofwaardigheid in beide gevallen even hoog inschatten. Het gebruik van de retorische truc doet dus geen afbreuk aan de gerealiseerde geloofwaardigheid van de spreker. Uit de analyse blijkt echter dat de spreker door het gebruik van *praeteritio* wel minder snoeverig wordt gevonden ($t(42) = 2,022$; $p = .05$). De bijeffecten nemen af.



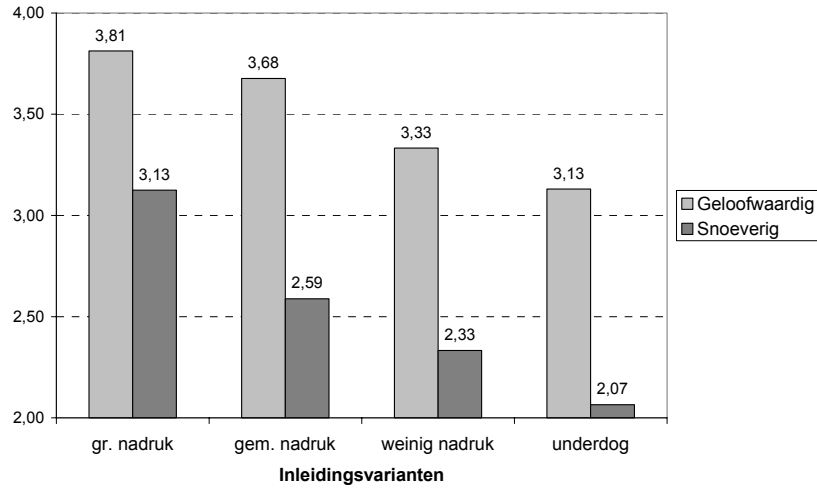
Figuur 2 Gebruik van praeteritio-techniek (N=44)

3.3 Experiment 3: de 'underdogpositie'

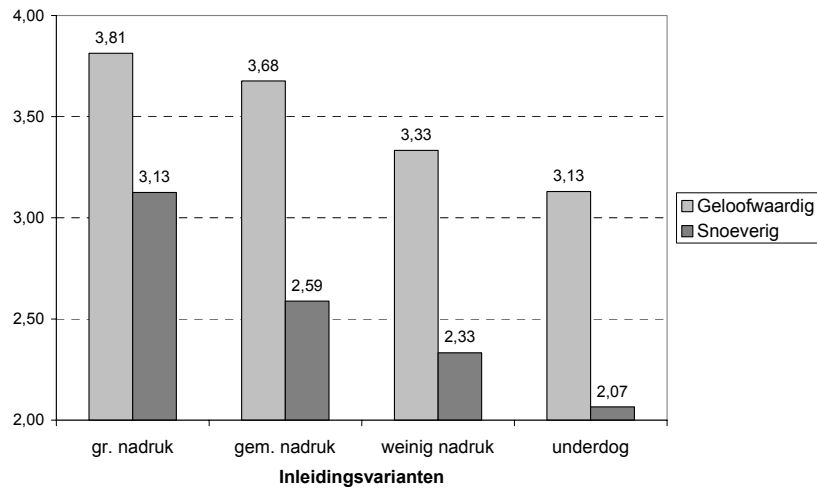
In de 'underdog'-openingsvariant legt de spreker weinig nadruk op de eigen deskundigheid. Bovendien gaf hij in deze conditie aan dat hij de echte specialist vervangt: hij is niet de beste. In figuur 3 vergelijken we de groep die deze openingsvariant zag (N=23) met de groepen die de eerste drie varianten (veel, gemiddeld en weinig nadruk op deskundigheid) zagen.

Uit de figuur blijkt dat de 'underdog'-variant in absolute zin minder snoeverig wordt gevonden dan de opening met weinig nadruk op eigen deskundigheid, maar ook minder geloofwaardig. De verschillen zijn hier echter niet significant. De verschillen met de inleidingsvariant met gemiddelde (en grote) nadruk op deskundigheid zijn dat echter wel (snoeverigheid: $t(38)=2,499$ $p=.017$; geloofwaardigheid: $t(38)=2,484$ $p=.018$).

Uit een aanvullende analyse blijkt verder dat de luisteraars deze openingsvariant beduidend minder *boeiend* (gemiddeld slechts 1.81 op vijfpuntsschaal) vinden dan de overige drie inleidingsvarianten (gemiddeld 2.26). Hierbij vertonen de verschillen dezelfde tendens: het waargenomen verschil met de variant met weinig nadruk op de eigen deskundigheid is niet significant ($t(42) = 1,809$; $p = .078$); het verschil met de overige varianten wel (vb. verschil met gemiddelde nadruk: $t(38) = 2,056$; $p = .047$).



Figuur 3 Gebruik van de underdog-techniek N=85



Figuur 4 Gebruik van de underdog-techniek N=85

4 Conclusies

Dit onderzoek draaide om de vraag in welke mate (en op welke manier) een spreker in de inleiding het beste zijn eigen deskundigheid kan benadrukken om zo geloofwaardig mogelijk over te komen bij het publiek.

Het is goed om eerst de beperkingen van het onderzoek duidelijk te stellen. Welke ingreep veroorzaakte immers de hier waargenomen effecten? De inleidingen verschillen op meerdere aspecten (stijl, inhoud en lengte) meer of minder van elkaar. Een laboratoriumonderzoek zou hier mogelijk meer duidelijkheid kunnen brengen. De resultaten suggereren in ieder geval dat het zinvol is hiernaar meer experimenteel onderzoek te doen. Ook de groep proefpersonen was eenzijdig: techniekstudenten (voornamelijk mannen) met een gemiddelde leeftijd van 20 jaar. Het is mogelijk dat de gepresenteerde aanpakken bij een ander publiek andere resultaten opleveren. Misschien ook vindt een publiek van vrouwen bijvoorbeeld een spreker wel veel eerder te snoeverig en daardoor minder geloofwaardig overkomen. Daarnaast kan de zogenaamde ‘one message fallacy’ (O’Keefe, 1990) in dit onderzoek een rol spelen: het gebruik van enkel teksten met als onderwerp het ‘Sick Building Syndrome’ kan te beperkt zijn en daardoor een vertekend beeld van de werkelijkheid opleveren. Samenvattend is een presentatieadvies uit de resultaten nog niet direct afleidbaar.

Wat kunnen we dan wel concluderen? Komt een spreker nu geloofwaardiger over als hij zijn eigen deskundigheid zeer nadrukkelijk tentoonspreidt dan wanneer hij zich bescheiden opstelt? De resultaten wijzen daar op: de spreker wordt het meest geloofwaardig gevonden als hij zijn eigen deskundigheid zeer nadrukkelijk voorstelt en het minst geloofwaardig wanneer hij weinig nadruk legt op zijn eigen deskundigheid. Deskundigheid verhoogt de geloofwaardigheid, maar het verhoogt ook de door de luisteraar ervaren snoeverigheid.

Het gebruik van een retorische techniek als de *praeteritio* is interessant. Blijkbaar is het mogelijk met relatief eenvoudige, en voor de deskundige wel erg doorzichtige, middelen evenveel geloofwaardigheid te realiseren als bij de meest ‘snoeverige’ inleiding en toch significant minder snoeverig over te komen. Het (vals) aanwenden van bescheidenheid blijkt de negatieve bijwerkingen van het snoeven dus te compenseren.

Het innemen van de ‘underdog-positie’, ten slotte, lijkt met enige terughoudendheid benaderd te moeten worden. De techniek – zoals die in dit experiment heeft vorm gekregen – werkt slecht als we het effect op de geloofwaardigheidsschaal als maatgevend aanhouden. Ook de effecten op de factor boeiendheid baren zorgen. Immers, op twee van de drie centrale inleidingsfuncties, namelijk aandacht en welwillendheid wekken, presteert deze techniek hier slecht.

Dit bevestigt het idee dat wanneer een spreker bekend dat hij niet de deskundige is op het gebied van het onderwerp, hij zijn indruk van deskundigheid en daarmee geloofwaardigheid sterk ondermijnt. Als de spreker zichzelf al niet deskundig vindt, waarom zou het publiek dat dan wel doen?⁴ Beginnen met een excuus lijkt terecht als inleidingsvitium te boek te staan.⁵

In tegenstelling tot wat veel handboeken adviseren, lijkt het breed uitmeten van de eigen kwaliteiten een positiever effect op het ethos te hebben dan het aanwenden van bescheidenheid. Hoewel sprekers die hun deskundigheid opkloppen snoeverig worden gevonden, lijkt dit hun geloofwaardigheid niet te schaden. Blijft de vraag hoever ze hierin kunnen gaan. Misschien heeft snoeven een positief effect op het ethos tot een bepaald punt is bereikt, waarop het zelfs de meest tolerante luisteraar te veel

wordt. In dit onderzoek is de spreker in de conditie met grote nadruk op eigen deskundigheid is dat punt met een score van 3.3 op snoeverigheid nog niet bereikt. Nader onderzoek is gewenst om na te gaan of een veel onbescheidener ethosopening desastreuze scores oplevert. Tot dusver lijkt de conclusie echter: eigen roem stinkt minder dan verwacht.

Noten

1. Zie onder meer *Rhetorica ad Herennium* 1,3,6, *De Inventione* 1,14,20, Quintilianus IV.1.5. In klassiek retorische adviesboeken worden als beide andere hoofddoelen van de inleiding genoemd (*iudicem*) *attentum facere* (de rechter – het publiek – *aandachtig* voor het onderwerp maken) en *docilem facere* (het publiek *begrijpend* maken door vooruit te blikken op de belangrijke ideeën van het verhaal). Voor een uitgebreide verhandeling over de klassieke vindplaatsen (Andeweg & De Jong, te verschijnen; Lausberg, 1990).
2. De *underdog*-techniek is afgeleid van het klassieke advies om in de inleiding medelijden op te wekken bij het publiek door tegenslagen en moeilijkheden uit te meten. Dit klassieke advies is in afgezwakte vorm overgebleven. Een spreker die niet te hoog van de toren blaast en zich niet als meerdere van de luisteraar positioneert, wekt welwillendheid bij zijn publiek, zo is de achterliggende gedachte (Andeweg & De Jong, te verschijnen).
3. De grondvorm van de praeteritio is het gedetailleerd opsommen van een aantal zaken, om er direct aan toe te voegen dat je het daar niet over zal gaan hebben. Het effect is dat louter door het noemen van de zaken ze toch een rol in het verhaal gaan spelen. (Zie bijvoorbeeld Lausberg 1990, par. 882-886 en Anderson 2000, p. 88). Een aardig voorbeeld is in Lanham (1991, p. 104 – vertaling DJA) te vinden: ‘ik wil niet stilstaan bij de twintig boeken en de dertig artikelen die Prof. X heeft geschreven, noch op zijn veertig jaar als decaan, noch op zijn vele beroemde leerlingen, maar zal alleen zeggen dat hij afgelopen jaar in Afrika tien mannen met zijn speer heeft gedood.’
4. Als de ingenomen *underdog*-positie door alle luisteraars herkenbaar als ‘understatement’ kenbaar is, ligt het effect mogelijk anders. Het kan immers zijn dat het publiek weet dat de spreker deskundig is – hij is bijvoorbeeld net gepromoveerd op het onderwerp. Misschien dat de score dan anders uitvalt. Op voorhand lijkt het echter een gevaarlijke strategie.
5. De twintigste-eeuwse adviesliteratuur waarschuwt voor de fout van het excuseren in de inleiding van de presentatie. ‘Ik ben helemaal geen redenaar en u moet het mij maar niet kwalijk nemen als mijn spreekbeurt vastloopt’, wordt door Hesp (1951) als een ‘ernstige fout’ gekarakteriseerd en hij vervolgt, ‘Dus *nooit een excuus* aan het begin van een speech’ (p. 69, curs. auteur). Deze afrader keert regelmatig terug in de decennia na hem. Volgens Morse (1983) is zelfs het ‘oude regel’ dat men nooit met een verontschuldiging moet beginnen. Andere verklaringen voor deze afrader worden gegeven door Oomkes (1986) die vindt dat een excuus een ‘rechtstreekse aanslag op de eigen geloofwaardigheid’ inhoudt, en Leeds (1991): ‘‘U denkt misschien dat u ermee bereikt dat uw toehoorders u aardiger gaan vinden, in plaats van bombastisch, maar excuses maken dat uw gehoor geneigd zal zijn u op verdere zwakheden te betrappen’’ (p. 121).

Literatuur

- Anderson, R.D. jr. (2000). *Glossary of Greek rhetorical terms*. Leuven: Peeters.
- Andeweg, B. & Jong, J. de (1997). ‘De effectiviteit van openingstechnieken in informatieve mondelinge presentaties’. In H. Van den Bergh, D. Janssen, N. Bertens et al. (Eds.), *Taalgebruik ontrafeld*. Dordrecht: Foris.

- Andeweg, B. & Jong, J. de (te verschijnen). *Attentum, benevolum en docilem in de inleidingen van toespraken*.
- Andeweg, B., Jong, J. de & Hoeken, H. (1998). 'May I have your attention?' Exordial techniques in Informative Oral Presentations'. *Technical Communication Quarterly*, 1998, 7(3), 271-284.
- Cicero (1949). *De inventione, De optimo genere oratorum, Topica*. Met Engelse vertaling, ed. H.M. Hubbell, Loeb Classical library, nr. 386.
- Enos, T. (1996). *Encyclopedia of Rhetoric and Composition. Communication from Ancient Times to the Information Age*. New York: Garland Publishing.
- Greenberg, B.S. & Miller, G.R. (1966). 'The effects of low-credible sources on message acceptance'. *Speech monographs*, 33, 127-136.
- Hesp, A.P. (1951). *Goed spreken in het openbaar*. Assen: Born.
- Hoeken, H. (1998). *Het ontwerp van overtuigende teksten, Wat onderzoek leert over de opzet van effectieve reclame en voorlichting*. Muiderberg: Uitgeverij Coutinho
- Hovland, C.I., Janis, I.L. & Kelly, H.H. (1953). *Communication and persuasion*. New Haven: Yale University Press.
- Janssen, D. et al. (2002). *Zakelijke communicatie I*. Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Korswagen, C.J.J. (Ed.) (1993). *Drieluik mondelinge presentatie. Deel 1: Gids voor de techniek van doeltreffend spreken, presenteren en instrueren* (2e druk). Deventer: Van Loghum Slaterus.
- Korswagen, C.J.J. (1976). *Mondelinge communicatie in theorie en praktijk*. Groningen: Tjeenk Willink.
- Kurvers, S.R., Leijten, J.L., Weerd, A. van der & Jong, J.C. de (1994). *Handleiding voor de aanpak van gebouw- en werkplekgerelateerde klachten*. Den Haag: Sdu Uitgeverij.
- Lanham, Richard A. (1991). *A Handlist of Rhetorical Terms* (2nd ed.). Berkeley: University of California Press.
- Lausberg, Heinrich (1990). *Handbuch der Literarischen Rhetorik. Eine Grundlegung der Literaturwissenschaft* (3e druk). Stuttgart: Franz Steiner Verlag.
- Leeds, Dorothy (1991). *PowerSpeak. Overtuigend spreken en doeltreffend overkomen*. Amsterdam: Omega Boek.
- Morse, S.P. (1983). *Effectief presenteren*. Utrecht: Het Spectrum.
- O'Keefe, D.J. (1990). *Persuasion: Theory and Research*. London: Sage.
- Oomkes, F.R. (2000). *Communicatieleer, Een inleiding* (8e druk). Meppel: Boom.
- Quintilianus (2001). *Institutio Oratoria: De opleiding tot redenaar*. (Vertaald, ingeleid en van aantekeningen voorzien door Piet Gerbrandy). Groningen: Historische Uitgeverij.
- Rhetorica ad Herennium* (1954). Met Engelse vertaling ed. H. Caplan, Loeb Classical Library. London: William Heineman Ltd.
- Spek, E.J. van der, et al. (Eds.) (1995). *Vraagbaak Speech en Presentatie*. Alphen aan den Rijn: Samson Bedrijfsinformatie. [Losbladige uitgave sinds 1995. Daarvoor Peijpe, D.C.J. van (Ed.) (1990-1994) *Handboek Speech en Presentatie*. Samson Bedrijfsinformatie]