

Grensoverschrijdend gedrag: Voorkomen is beter dan genezen.

Hoe je te gedragen? Kies je woorden wijs.

Anneke Durlinger

Wat is er voor nodig om te voorkomen dat woorden verwonden of om - als dat niet voorkomen is - om te helen.

In dit artikel aandacht voor

- Ecologisch bewustzijn ten behoeve van het echte winnen
- Attitude en zinvolle vooronderstellingen
- Complexiteit van interactie

En

- Waarnemingsposities om zuiverheid en flexibiliteit in communicatie te bevorderen.

Communiceren is een vak.

Net als met een mes kun je met communiceren iets goeds dan wel iets slechts bewerkstelligen.

Alleen is het verwonden van een mens met behulp van een mes in zijn effect duidelijker dan dit het geval is of kan zijn met woorden, en de daarmee gepaarde toon en gezichtsuitdrukking.

Toch kunnen woorden ook verwonden bijvoorbeeld door te denigreren, bagatelliseren, diskwalificeren, te kleineren, te (ver)oordelen of negatief te herkadere.

En dat is zeker het geval als je nagaat hoe interactie onder andere binnen de politiek, op sociale media en ook bij omroeporganisaties verlopen.

Een wond die niet zichtbaar is, kan echter wel jarenlang meegedragen worden en kan ook de richting van je leven bepalen.

Een wond die niet zichtbaar is?

Of toch wel?

Het vraagt op de eerste plaats om oog te hebben voor de ander. Het vraagt ook om fijnzinnigheid in het observeren van de ander, het met belangstelling navragen wat de ander ervaart.

Het vraagt ook om aandacht voor alle betrokkenen bij de diverse aspecten van communicatie.

Het kan zijn dat je met behulp van je omgeving (opvoeding, school) hier al aardig goed in geworden bent. Het kan ook zijn dat je hierbij nog wel wat hulp kunt gebruiken.

In de praktijk wordt de communicatie vaak gehinderd door:

- Overmatige aandacht voor de inhoud.
- Niet stilstaan bij wat je zegt en het effect daarvan.
- Ten koste van alles je zin doordrijven.
- Vooral gaan voor het eigen gewin.
- Belust op sensatie en daarmee op alles wat 'fout' is.
- Niet zeggen wat je eigenlijk te zeggen hebt

En zo zijn er waarschijnlijk nog wel een paar zaken te noemen.

Dit zijn elementen die misschien wel voor persoonlijk gewin zorgen. Echter, zeker op de lange duur, niet tot succes en vrede.

Er zijn op dit moment genoeg situaties in de wereld die duidelijk maken wat de prijs is die veel mensen moeten betalen voor het gewin van enkelen.

Hier in Nederland zien we dat mensen de prijs betalen voor hun grensoverschrijdend gedrag waarbij 'cancelen' een veel voorkomend fenomeen is. Hun gewin ligt dan in het verleden, maar is nu ver te zoeken.

Het echte winnen kent geen verliezers.

Communicatie vraagt om een ecologisch bewustzijn.

Dat wil zeggen dat er in je wijze van communiceren geen nadelen zijn, niet voor jezelf (innerlijke bezwaren) niet in het grote geheel voor de anderen en op lange termijn.

Dit is een belangrijk aspect van een gezonde communicatieve attitude. Voorwaar, geen makkelijke klus.

Bepaalde overtuigingen of quotes vooronderstellen juist het tegenovergestelde:

- Er kan er maar 1 de winnaar zijn.
- En DE winnaar is.....
- Als je niet de beste bent, heb je dus verloren.

Wat zou het mooi zijn als er in onze wereld met name in de communicatie met elkaar vanuit de inclusiviteit van "iedereen wint" wordt gekeken en gehandeld. Een mooie erfenis voor onze eigen en andermens kinderen en kleinkinderen.

Dit vraagt niet zozeer om een tomeloze ambitie, dan wel om een innerlijk kompas die zich om zelf en anderen bekommert.

Zoals gezegd geen makkelijke klus.

Wel een zeer waardevolle om je energie in te steken.

Er is geen kant- en klaar recept. .

Ik kan echter wel een aantal belangrijke ingrediënten geven.

Je attitude

Een van die ingrediënten is je attitude.

Een attitude waarbij gestreefd wordt naar een win-win-win-situatie.

Daarvoor kunnen we te rade gaan bij succesvolle communicatie-experts.

Het observeren/analyseren van succesvolle communicatie-experts in de afgelopen jaren heeft namelijk hun methode van werken en een aantal van hun persoonlijke en professioneel relevante wijsheden blootgelegd.¹

Door het 'modelleren' van deze experts is een aantal vooronderstellingen verzameld. Deze vooronderstellingen gelden zeker als kritieke succes-factoren bij communicatie.

Het uitgaan van die vooronderstellingen maakt dat je je inzet om je doelen te bereiken, of anderen succesvol helpt bij het bereiken van hun doelstellingen. En dat op een ecologisch gezonde manier.

Het is dus vanwege het pragmatische nut dat het hanteren van deze (NLP-)vooronderstellingen in communicatie van harte wordt aanbevolen en, zo je wilt, te adopteren als je persoonlijke overtuigingen. Je zou kunnen zeggen dat als je vastloopt in communicatie dit te maken heeft met het niet gebruiken van bepaalde vooronderstellingen.

Het is belangrijk om te benadrukken dat het er niet om gaat te bewijzen dat deze vooronderstelling 'waar' is. Dat zou wel eens heel moeilijk kunnen zijn. Waar het wel omgaat is dat het vanwege praktische nut, zinvol is deze vooronderstelling te hanteren.

Ik licht er enkele toe:

"De betekenis van de communicatie is de reactie die je oproept."

De winst van deze vooronderstelling is dat je je bewust bent van het feit dat jouw communicatie van invloed is op de ander en dit zowel ten gunste als ten ongunste.

Soms kunnen jouw vragen of opmerkingen wel eens veel ongunstiger uitpakken dan jij hebt bedoeld.

¹ Het geheel van deze observaties verwerkt tot vooronderstelling, vaardigheden en technieken heet Neuro-Linguistic Programming

De grondleggers voor dit "Modelleren" zijn Richard Bandler en John Grinder.

Uitdrukkelijk is deze aanname niet bedoeld om de verantwoordelijkheid bij de ander neer te leggen. In die zin kun je het beter lezen als: "De betekenis van de communicatie is de reactie die ik oproep."

In deze vooronderstelling bepaalt de reactie van de ander wat jouw boodschap betekent. Uitgaan van deze vooronderstelling maakt dan dat je beter gaat letten op de reacties die je oproept. Dat geeft je de mogelijkheid je gedrag bij te stellen tot je het gewenste effect bereikt hebt op een voor alle partijen 'gezonde' manier.

Tegelijkertijd kun je hierbij ondersteuning vinden in de volgende vooronderstelling

"In communicatie bestaat geen mislukking, alleen feedback."

Als je van deze vooronderstelling uitgaat, geef je jezelf alle mogelijkheid om te leren.

Dit wil niet zeggen dat je niet ergens ontevreden over kunt zijn; dat je het eigenlijk achteraf anders aan had willen pakken. Maar in plaats van bij de pakken neer te gaan zitten en je ontevredenheid te koesteren, kun je ook nadenken over hoe je het anders zou/zal kunnen doen. Zo geef je jezelf dus de mogelijkheid om te leren.

In communicatie bestaat er altijd nog de mogelijkheid om op zaken terug te komen; dingen "uit" te praten, opnieuw af te stemmen. En op die manier kun je alsnog de door jou gewenste reactie bij de ander bewerkstelligen.

Waar mislukking een doodloper is, houd je bij feedback je doel in gedachte. Je kunt dit gebruiken als uitgangspunt bij het opnieuw richting geven aan je inspanningen.

"Ieder heeft een eigen beeld van de werkelijkheid."

Mensen reageren niet op de werkelijkheid, maar op hun beeld van de werkelijkheid.

Wat we van die buitenwereld (alles om ons heen) waarnemen wordt gefilterd door onze persoonlijke en unieke ervaringen, de cultuur waar we deel van uitmaken, onze taal, de waarden en overtuigingen, onze interesses en onze meningen. We maken ieder ons eigen wereldmodel, onze eigen kaart van de werkelijkheid om ons heen.

Ieder individu heeft zo zijn/haar eigen unieke weergave van de werkelijkheid.

Hoe vaak heb je automatisch aangenomen dat je wel snapte wat de ander bedoelde? en later dacht....

Aangezien we geen direct contact met de werkelijkheid kunnen hebben, is het ene wereldmodel in principe niet meer waar dan het andere. Het heeft dus geen zin om hierover te redetwisten.

Het verruimen van je eigen kaart, het toevoegen van mogelijkheden kun je realiseren door aandacht te hebben voor het wereldmodel van anderen. Hoe doen anderen dingen, waar praten ze over, hoe weten ze dat?

"Mensen hebben de hulpbronnen voor positieve verandering."

In deze vooronderstelling wordt ervan uitgegaan dat mensen beschikken zowel bewust als onbewust over hulpbronnen (mentale en gedragsmatige keuzemogelijkheden), ook al hebben ze die niet bewust of direct beschikbaar. Mensen weten vaak meer dan ze weten dat ze weten en kunnen vaak meer dan ze beseffen dat ze kunnen of dat ze kunnen leren

"Ieder gedrag heeft een positieve intentie."

Gedrag en intentie zijn te onderscheiden van elkaar.

De intentie, de bedoeling achter iemands gedrag, kan vaak op verschillende manieren (gedragingen) bereikt worden.

Door na te gaan wat de reden, de positieve intentie is achter bepaald gedrag, kun je (zonder dat je het gedrag goedkeurt) makkelijker respect of begrip opbrengen voor de ander.

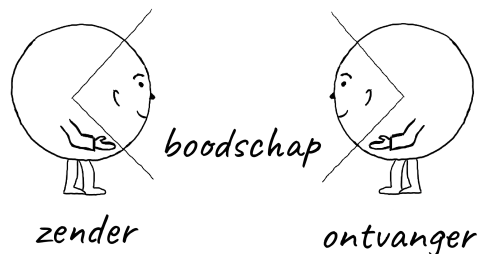
Begrip voor de positieve intentie staat zeker niet gelijk aan acceptatie van het gedrag.

Zelfs bij destructief of inadequaat gedrag is er, 'ergens' op z'n minst een gedeelte van de persoon die met dat gedrag iets positiefs wil bereiken (voor zichzelf).

Met andere woorden: iemand heeft een reden met een bepaald gedrag. Negatieve (ongewenste) gedragingen zijn gemakkelijker te veranderen als er met deze positieve bedoeling rekening wordt gehouden.

Deze vooronderstelling, ieder gedrag heeft een positieve intentie, is van belang bij het (kunnen) bewerkstelligen van goed contact met de ander. En het goede contact is van belang, wil de ander bereid zijn met je te spreken over alternatieve (constructieve en effectievere) gedragingen om de positieve intentie te verwezenlijken.

Echter attitude, hoe belangrijk ook, is niet het enige dat belangrijk is in de interactie.



"The message sent is not always the message received"
Virginia Satir.

De complexiteit van interactie.

Interactie is een constante uitwisseling van boodschappen over en weer: non-verbaal en verbaal.

Interactie wordt gekenmerkt door een veelheid van verbale en non-verbale gedragingen tussen de één en de ander(en).

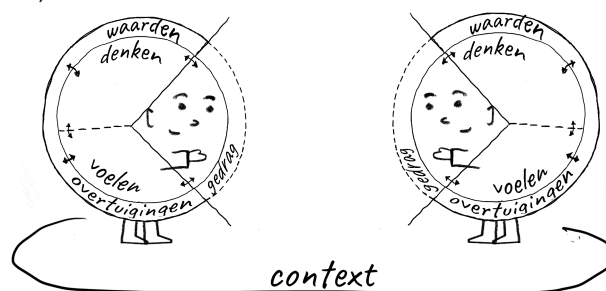
Deze gedragingen worden gevoed door de gedachten en gevoelens, overtuigingen en waarden. Dat gebeurt veelal op een onbewust niveau.

Ieder ervaart de interactie dus op een eigen subjectieve manier. Hierbij is vaak niet duidelijk welke waarde voor de een en welke voor de ander centraal staat. Daar is echter vaak wel verschil in.

Duidelijkheid in de verschillen in waarden is het fundament voor het realiseren van een win-win-situatie. Deze worden echter vaak niet expliciet uitgesproken.

Het zou veel misverstanden voorkomen als helder is wat de waarde is van de zender en wat van de ontvanger. Het vereist wel bewustwording van de eigen waarden en de tijd te nemen om deze ook uit te spreken.

De vragen: Wat vind je belangrijk? Waar gaat het je om? Welke waarde staat voor jou centraal? helpen hierbij.



Waarnemingsposities.

Het kunnen waarnemen van de communicatie vanuit verschillende posities is een belangrijke vaardigheid om effectiviteit te bewerkstelligen..

Hierbij kunnen verschillende waarnemingsposities onderscheiden worden.

Ieder heeft een eigen plek op deze wereld. Het verkeren in de omstandigheden van de ander is dus een onmogelijkheid.

*"If you judge, you don't understand.
If you understand, you don't judge."*

Ondanks het feit dat er ook gelijkenissen kunnen zijn, blijkt in de praktijk dat mensen erg kunnen verschillen hoe ze met zaken omgaan zoals bijvoorbeeld een scheiding, een ontslag etc.

Het is wel mogelijk om de ander beter te begrijpen vanuit haar model van de wereld. Dit begrijpen is het makkelijkst als je vanuit benieuwdheid en interesse vragen stelt en bijvoorbeeld doorvraagt op onderliggende waarden.

Het kunnen innemen van de verschillende waarnemingsposities is een andere manier om beter te begrijpen wat speelt in de interactie. Daarmee worden verschillende perspectieven helder.

Deze waarnemingsposities zijn:

- Mezelf (eerste positie): Waarnemen vanuit mezelf. Ervaren vanuit mijn eigen ogen en mijn wereldbeeld, met mijn gedachten, gevoelens, gedrag.
- De ander (tweede positie): Waarnemen vanuit de ander, als de ander zijnde. Staand in de schoenen van de ander, met gedachten, gevoelens, gedrag van die ander.
- Als observator (derde positie): Waarnemen vanuit het perspectief als observator. Kijkend naar de interactie van/tussen mij en de ander.
- Vanuit het systeem. (vierde positie): Waarnemen vanuit het grotere geheel, het systeem.

Het zuiver innemen van de waarnemingsposities

Het zuiver innemen van de waarnemingsposities, voorkomt vertroebeling van de communicatie.

Het statement "Iedereen zou hier bedroefd van worden. Iedereen wil toch aardig gevonden worden." is een beschouwend statement dat past bij een observator positie. Het statement "Ik voel me verdrietig, ik wil voelen dat ze van me houdt." is een statement dat past bij de eerste positie en geeft de beleving aan.

Het inleven in de ander (tweede positie) vraagt om het aannemen van dezelfde houding, dezelfde gebaren, dezelfde manier van kijken en praten met dezelfde woorden, als die ander zijnde. Op die manier ga je de ander meer begrijpen vanuit diens beeld van de werkelijkheid.

Het inleven in de ander vraagt om meer dan alleen luisteren naar de inhoud.

Sommige mensen denken dat zo'n reactie heel inlevend is. In het tekeningetje is (simplistisch) weergegeven dat de ander nu niet bepaald met 'de handen in het haar' zit.

Mensen geven vaak reacties waarvan ze denken dat het een uiting is van begrip.

Maar beseffen niet dat zij reageren vanuit hun eigen wereldbeeld. Vaak ervaart de ander wel de positieve intentie van de opmerking, maar het is de vraag of de ander zich begrepen voelt en of deze reactie is wat de ander nodig heeft. Terwijl de vraag "Wat ervaar je op dit moment?" zo simpel is. Dit vraagt wel om oprechte belangstelling voor en in de ander.



Effectieve communicatie is gediend met het zuiver innemen van de waarnemingsposities. Met elke waarnemingspositie hangt een andere kwaliteit samen. Zonder eerste positie geen daadkracht of assertiviteit. De tweede positie is belangrijk vanwege het inlevingsvermogen dat zo mogelijk wordt. De derde positie zorgt voor overzicht en reflectie. De vierde positie levert inzicht in de verschillende belangen en zorgt voor wijsheid en verbinding.

Een handige volgorde van het innemen van waarnemingsposities met name in een lastige interactie is 1 - 2 - 3 - 4 - 1.

En ben je er dan?
Nee zeker niet.

Machtsverhoudingen kunnen de interactie compliceren. Echter:

*"The job of the leader is to create a workplace
where it's safe to be human (again)." Robin Sharma*

Niet iedereen zal even goed zijn om met uitdagingen en tegenslag om te gaan. Als gevolg van pijnlijke ervaringen in het verleden kunnen (onbewuste) belemmerende overtuigingen heel bepalend zijn in hoe de interactie beleefd wordt.
(<https://www.annekedurlinger.com/over-de-impact-van-overtuigingen/>)

Het vraagt ook om veerkracht. En veerkracht omvat een aantal kwaliteiten. Welke? Dat kun je lezen in mijn artikel Veerkracht en wat daarvoor nodig is.
(<https://www.annekedurlinger.com/veerkracht-en-wat-daarvoor-nodig-is/>)



Anneke Durlinger

werkt als NLP Master-trainer en geeft als zodanig de drie-daagse basistraining NLP, de NLP-practitionersopleiding, de master-practitionersopleiding, de NLP-trainerstraining en de NLP teamfacilitatorsopleiding. (live-on-site en maximaal 12 deelnemers) op een mooie locatie: Het Molenaarshuys te Batenburg.

Daarnaast werkt zij als trainer, procesbegeleider en coach van teams voor uiteenlopende organisaties. Ook dit doet zij op basis van en met behulp van NLP-methodieken (Neuro-Linguistic Programming), uitgaande van het gegeven dat de ander(en) expert is op het gebied van zijn/haar doel, probleem, hindernissen en hulpbronnen. Zij ziet NLP als 'inner human resource management' en als optimaal middel om tot zelfverwezenlijking te komen. Hierbij heeft zij een vanzelfsprekend vertrouwen in de kwaliteiten en het potentieel van mensen. Als NLP-trainer heeft zij 25 jaren binnen het IEP (Instituut voor Eclectische Psychologie te Nijmegen) gewerkt. Zij schreef samen met Guus Hustinx het boek 'Voorbij je eigen wijze' over metaprogramma's. In 2011 verscheen van haar: Handboek voor trainers, stappen ter verrijking. Op dit moment schrijft zij aan haar derde boek: Groupmindfulness as foundation for excellence. How to orchestrate a team into a symphony?

06 51516208 www.annekedurlinger.com info@annekedurlinger.com