

HOE VOL IS JOUW STRANDBAL?

NIET ELKE RELATIE LOOPT ALTIJD EVEN SOEPEL. OF HET NU GAAT OM EEN COLLEGA, JE MANAGER, JE PARTNER, EEN KLANT OF EEN VRIEND(IN); SOMS REAGEER JE HEFTIGER OP EEN SITUATIE DAN NODIG IS. WAAROM? VIVIENNE FEITSMA VERTELT HOE JE MEER GRIP KUNT KRIJGEN OP JE GEDRAGSSTIJL EN MEER INVLOED OP EEN POSITIEF EFFECT.

Laatst las ik de stelling: 'via een ander leer je jezelf het beste kennen'. Daarom wil ik je vragen om in gedachten naar een onbewoond eiland te gaan. Sluit je ogen en stel je voor hoe het daar zou zijn. Denk nu eens terug aan de stelling. Als je nooit iemand anders zou zijn tegen gekomen, nooit iemand die jou een speciaal gevoel geeft en ook nooit iemand waar jij je aan stoort, hoe zou je dan aan zelfinzicht komen?

EEN OPGEBLAZEN STRANDBAL DIE JE ONDER WATER DUWT, FLOEPT ONMIDDELLIJK WEER TERUG

Metafoor

De basis van persoonlijk en professioneel succes wordt gevormd door het begrijpen van je eigen gedrag, het gedrag van anderen én het realiseren van het effect van jouw gedrag op de mensen om je heen. Veel vragen van secretaresses hebben te maken met emoties en reacties. Voor het antwoord op deze vragen maak ik graag gebruik van de strandbal-metafoor.



VANUIT EEN OVERTUIGING GA JE IETS WEL OF NIET DOEN



Wereldbeelden kunnen zowel positief en stimulerend, als negatief en belemmerend werken. Voorbeelden van wereldbeelden zijn jouw waarden, jouw normen, jouw afkeren, jouw overtuigingen, jouw verwachtingen en jouw levensthema's. Stel, je blaast een strandbal helemaal vol met jouw wereldbeelden die een belemmerende werking hebben. Plaats de strandbal nu op ooghoogte tussen jou en een collega. Je baas of partner mag natuurlijk ook. Kun je die ander nog duidelijk zien of staat die bal een effectief contact in de weg?

Lading

Door in contact te zijn met anderen en dus met andere wereldbeelden – bijvoorbeeld andere waarden - word je geconfronteerd met jouw waarden. En dat vind je niet fijn; het krijgt lading. Daar wil je het liefst niets mee te maken hebben, dus duw je die bal zo hard mogelijk weg. Een opgeblazen strandbal die je onder water duwt, floept onmiddellijk weer terug. Geen idee waar hij weer naar boven komt, misschien in je gezicht, want je hebt er geen controle over. We hebben liever dat de ander zich gedraagt volgens onze normen, want dan kunnen wij onszelf blijven. Er is dus een aanleiding (het gedrag van de ander), die wordt gevolgd door innerlijke reacties die in de actie die erop volgt tot uiting komen. Je herkent er vast wel een paar: gevoelens van frustratie, onmacht, teleurstelling, onbegrepen worden. De vraag blijft: is het een effectieve reactie?

Zelfinzicht

Als je meer grip wilt krijgen op die strandbal en dus op jouw reactie en je manier van communiceren, kan het helpen om eens te kijken wat er in die bal zit. Met zelfinzicht zet je het ventieltje een beetje open, zodat er wat lading uit kan ontsnappen. Op die manier kun je de bal wel onder water houden en heb je meer controle over de situatie. Je krijgt nu een keuze: ga je alleen dynamisch communiceren en dus met elkaar aan de haal, of dynamisch én effectief. Als je voorkeur uitgaat naar de laatste keuze, hoe doe je dat dan?

Door bijvoorbeeld te onderzoeken welke normen en waarden je hebt. Waarden zijn die zaken die belangrijk voor je zijn, waar je echt waarde aan hecht. Ze zijn de drijfveren van je gedrag. Je waarde bepaalt je norm en je norm bepaalt je gedrag. Normen vormen de regels van gedrag. Zonder waarde zijn normen waardeloos. Als je je afvraagt wat belangrijk voor je is, breng je jouw waarden in kaart. Hoe belangrijk is uitdaging voor jou?

NORMEN VORMEN DE REGELS VAN GEDRAG

En status? De balans tussen werk en privé? Afwijkende normen kun je herkennen als je je bijvoorbeeld ergert aan iemand die altijd te laat komt, terwijl jouw norm luidt: ik kom altijd op tijd. 'Afspraak is afspraak' is er nog zo eentje. 'Je ►



Workshop Dynamische en Effectieve Communicatie

Als jij meer grip wilt krijgen op jouw reactie en je manier van communiceren, schrijf je dan in voor de workshop **Dynamische en Effectieve Communicatie**. Tijdens deze workshop word je je bewust van een van de andere wereldbeelden die we nog niet besproken hebben, je afkeren oftewel je allergieën.

Speciale aanbieding:

De lezers van *Ambition* krijgen 20% korting.

(opgeven voor 15 januari 2008)

Je investering is dan geen €245,- maar €199,20.

Op de website www.your-coach.nl lees je meer over de inhoud van deze workshop en de data waarop de workshop wordt gehouden. Vul bij 'via' op het inschrijfformulier 'Ambition' in.

Vivienne Feitsma is gecertificeerd coach en gediplomeerd therapeut. Haar bureau Your Coach richt zich op particulieren en op organisaties met individuele, team- en competentiecoaching.

moet niet iets beloven wat je niet na kunt komen'. Iemand met afwijkend gedrag ten gevolge van verschillende normen, vormt bij jou lading door de waarde die je er aan hecht. Wat doe je dan? Slik je het in? Stel je je normen bij? Of zeg je er wat van?

Overtuigingen

Contact kan ook heel sterk worden beïnvloed door overtuigingen. Dat zijn de aannames waar je bewust en onbewust vanuit gaat. Het is datgene wat jij als waar ervaart. Vanuit een overtuiging ga je iets wel of niet doen, het motiveert je wel of juist niet. Wat geloof jij dat waar is over jezelf en de ander? Voorbeelden van belemmerende overtuigingen: 'eens een dubbeltje, altijd een dubbeltje', 'het moet wel gezellig blijven', 'ik mag geen fouten maken', 'als ik nee zeg, vinden ze me niet meer aardig', 'ik ben nu eenmaal zo, ik kan niet meer veranderen'.

Waarden en overtuigingen zijn aan elkaar verbonden. Soms willen we hetzelfde; we hechten dezelfde waarde aan het doel en denken we verschillend door onze overtuigingen over hoe het doel te bereiken. Als je iets meemaakt waardoor je overtuiging ter discussie wordt gesteld, dan ga je met veel lading en andere ervaringen als 'bewijs' de anderen proberen te overtuigen.

En natuurlijk ben jij niet de enige met zo'n strandbal. Ook de ander met wie je in contact bent, heeft zo zijn of haar gevulde bal. De strandbalmetafoor is bij sommige managers ook onder de aandacht gebracht door een artikel hierover in *Management Team*. Na het bijwonen van de workshop werken veel managers nu aan hun zelfinzicht, wie weet merk je er al wat van? En nu ligt bal ligt bij jou! ■

