

Nationale vergaderstop?

Lang niet altijd wordt met overleg bereikt wat beoogd wordt. Op zoek naar verklaringen.

In zijn boek 'De tranen van de Krokodil' schrijft wijlen professor Piet Vroom dat de mens niet alleen is toegerust met typisch menselijke hersenen, maar ook met een reptielen- en een zoogdierenbrein. Je kunt je voorstellen dat die drie slecht samenwerken. Er is zo zegt hij: 'vaak ruzie in de familie van ons hoofd'. Daarentegen zijn wij ook in staat innerlijke conflicten te rationaliseren. Zo sterk zelfs dat zonde en geweten het uiteindelijk eens worden met elkaar.

Een eerste aanwijzing dat ons gedrag opportunistische kanten heeft.

Evenwel, zo mild als we voor onszelf zijn, zo onverdraagzaam staan wij tegenover 'de kwa-

lijkheden' van onze buurman. In de 'top-vijf-van-kwalijkheden' staat het onterecht ontvangen van een uitkering op nummer één.

Frappant genoeg direct gevolgd door zwartrijden en, ofschoon moeilijk vergelijkbaar, overspel van de getrouwde man. Of vrouw. Deze attitude vertoont een rechtstreeks verband met de opvatting dat collega of buurman wél voorwerp voor gedragsbeïnvloedende communicatie is, of zou moeten zijn. Maar ikzelf in het geheel niet.

Dit wijst op een niet al te zeer op logica gebaseerd menselijk gedrag. Vergelijk straks 1 januari 2007 maar eens met 31 december 2007.

Onze eeuwige omgang met 'goede vooremens' geldt hierbij als illustratie.

Opeens zie je haarscherp de verschillen tussen verbaal en feitelijk gedrag.

Onverwachte teleurstellingen in je medemens en andersom vinden hier hun oorsprong. Kennelijk weten wij onvoldoende van interpersoonlijke communicatie om dit allemaal voor te zijn. Daarom stel ik onze vergaderbranche een nationale stop voor. Een stop, tot we weten hoe communicatie echt werkt. Een pauze om ook eens over onze omgangsvormen na te denken. Rekening houdend met het gegeven dat elk woord een woordenboek is. Vanzelfsprekend wens ik u daarmee heel veel geluk.

En lezer, onthoud: geluk is het kunnen plukken van de bloemen waar je bij kunt.

Wilt u mij op de hoogte houden?

Piet van Straalen,
Influence Communications.

