

LEX ESCHAUZIER

3XBETER BEGRIP

- JE EIGEN KERN VINDEN
- DE ANDER DOORGRONDEN
- DUURZAAM COMMUNICEREN



ILLUSTRATIE: FLATLAND

*You are what your deep driving desire is.
As your desire is, so is your will.
As your will is, so is your deed
As your deed is, so is your destiny.'*
(Brihadaranyaka Upanishad IV.4.5.)

Communiceren met oerkracht

Hoe effectief communiceren we eigenlijk met elkaar? Goede afstemming is niet altijd vanzelfsprekend. We zouden moeten streven naar 'duurzame communicatie'. Wat en hoe je iets overbrengt hangt dan samen met wie, wat en hoe we zijn.

Centraal staat: voeling krijgen met 'waar je zelf vandaan komt' en de ander zien zoals hij of zij werkelijk is. Dan kunnen je eigen identiteit en die van de gesprekspartner samensmelten tot wederzijds begrip.

Er bestaat een krachtenveld dat alle mensen in hun kern met elkaar verbindt. Uit dit gemeenschappelijke referentiekader kan duurzame communicatie ontstaan die letterlijk oerkrachtig is.

Je bent wat je zegt

Er zijn drie vormen van interpersoonlijke communicatie: statisch, dynamisch en duurzaam c.q. organisch. De manier waarop we met elkaar communiceren hangt ten eerste samen met onze individuele set van ervaringen. Vervolgens komt ons vermogen om ons in te leven in het referentiekader van de gesprekspartner ter sprake. Dan is er nog een derde stap: duurzame communicatie.

Statische communicatie: blijven hangen in het eigen kader

Bij 'statische' communicatie gaan zender en ontvanger uit van hun eigen starre referentiekader. We noemen dit ook wel polariteitsdenken. Factoren zoals opvoeding, scholing, gevoelens en ervaringen vormen ons 'ik', ons ego. Ervarings- en gedachtepatronen vormen zo onze communicatiematrix. In het geval van statische communicatie houden zowel zender als ontvanger, bewust of onbewust vast aan hun eigen matrix. Bewuste inspanning tot inleven in de communicatiematrix van de ander ontbreekt. Dit leidt onvermijdelijk tot onbegrip of conflict.

Dynamische communicatie: afstemmen op de ander

In het geval van 'dynamische' communicatie pogen we bewust af te stemmen op de communicatiematrix van de ander. We beredeneren verstandelijk dat we elkaar dan beter begrijpen. Hierbij hebben we attentie en duplicatie nodig. Dat betekent aandacht voor de boodschap van de ander en het vermogen deze boodschap te

kunnen herhalen. Niet alleen feitelijk, maar vooral ook met welk gevoel de boodschap is geuit. Daarom zal de ontvanger proberen de werkelijkheid van de zender te herscheppen.

Affiniteit speelt bij dynamische communicatie een belangrijke rol. We herkennen elkaars ervaringen en voelen verwantschap. Er komt als het ware een overeenstemming tot stand tussen de gesprekspartners over de werkelijkheid zoals zij die ervaren. We gaan in gesprekken uit van het recreëren van het referentiekader van de ander in plaats van de boodschap aan de eigen ervaring te spiegelen. Meer vruchtbare gesprekken komen tot stand wanneer je beter kunt aansluiten bij het referentiekader van jouw gesprekspartner.

Duurzame communicatie: terug naar de kern

Toch is ook dynamische communicatie vaak niet toereikend. Het krampachtig proberen te achterhalen van de communicatiematrix van de ander is vaak een ijdele poging. Het is op zijn best een gok die goed of verkeerd kan uitpakken.

'Duurzame' communicatie is gebaseerd op een ander principe. Het heeft te maken met afstemming op een gemeenschappelijke communicatiematrix.

Alle mensen hebben één ding gemeen: onderliggend aan intellect (verstand) en emotie (hart), hebben we allen een kernidentiteit. Dit innerlijk centrum vormt onze oerkern. We vinden het fysiek onder in de buik. Het zijn de acht eerste cellen die uiteindelijk uitgroeien

tot een mens. Waar de cellen die ons lichaam vormen zich continu vernieuwen, blijven de acht cellen die centraal staan aan de oerkern steeds dezelfde.

Door stil te staan bij hoe, wat en wie we in essentie zijn, komen we dichterbij onze oerkern. Wanneer we een spirituele tocht in gang zetten om nader te komen tot onze oerkracht, zullen we ook ontdekken dat we hiermee in contact staan met een universeel energieveld. Dit energieveld verbindt in feite alle mensen. Met elkaar en met de natuur om ons heen. Een toenadering van de mens met 'de bron', zoals we dit energieveld noemen, vormt de basis tot het voeren van duurzame communicatie.

Manieren om de bron vinden

Er bestaan wegen om de wisselwerking tussen verstand, hart en kernidentiteit te bevorderen. We leven in een hectische, op materiële waarden gestoelde maatschappij. De omgeving laat ons dikwijls niet de tijd en ruimte om bij ons diepste innerlijk stil te staan. Om te zoeken naar manieren om dichterbij tot de kern of bron te komen. De spirituele zoektocht naar onze oerkracht is echter van essentieel belang om onze verbondenheid met de bron (opnieuw) te ervaren.

We zien diverse voorbeelden van mensen die dichterbij tot de oerkracht komen. Vaak bereikt men dit door afzondering in de natuur, vasten en meditatie, of een combinatie tussen deze activiteiten. Kortom, door jezelf geen gelegenheid te geven afgeleid te worden van het eigen

'zijn' en de natuur waar we uit voortkomen.

*We are not human beings having a spiritual experience,
we are spiritual beings having a human experience.*

Het is niet zo dat we op een goede dag besluiten om duurzaam te communiceren. De weg hiernaartoe begint met de realisatie dat we spirituele wezens zijn. Dat we nader moeten afstemmen op de bron, op ons oerniveau. Van daaruit communiceer je als vanzelf steeds meer op duurzame wijze.

Duurzaam communiceren als organisatie en als maatschappij

Duurzame communicatie kan nog een stap verder gaan dan het harmoniseren van de communicatie van persoon tot persoon. Op organisatieniveau zal de afstemming op een gemeenschappelijke communicatiematrix eendracht en saamhorigheid versterken. Dit leidt tot een sterke organisatie identiteit. Via dezelfde weg zal ook op maatschappijniveau een grotere mate van resonantie en eenheid beklijven, gegroeid uit een gedeeld spiritueel ideaal.

Een betere afstemming met onze kernidentiteit is het begin. Daarvoor moet er ruimte zijn voor spiritualiteit en bezinning. We zullen dan gaan ervaren dat we met anderen een diepliggende gemene deler hebben. Hoe anders we ook zijn aan onze buitenkant.

In onze maatschappij is het scheppen van ruimte voor

bezinning en spiritualiteit niet vanzelfsprekend en niet gemakkelijk. Het doorbreken van deze weerstand is onze eerste uitdaging op weg naar duurzame communicatie. De beloning is ernaar: oerkrachtige communicatie die een onverwoestbare voorwaarde schept voor winstgevend ondernemen en succesvol samenwerken.

Voer een winstgevend gesprek met een expert

U wilt dat de mensen in uw organisatie duurzaam communiceren. Met elkaar, met de klanten, met de wereld om hen heen. In een gratis strategiesessie van circa 30 minuten ontdekt u de meest effectieve aanpak voor uw bedrijf of instelling. Uw gesprekspartner is Lex Eschauzier, MVO expert en auteur van dit e-book.

Voor de strategiesessie meldt u zich aan op de website van Constantis:

www.constantis.nl/strategiesessie

Auteur

Lex Eschauzier: Ervaren expert MVO, ISO 26000 en duurzame strategie



Duurzaamheid is altijd een belangrijk thema geweest in het persoonlijke en professionele leven van Lex Eschauzier. Als MT-lid bij diverse commerciële en maatschappelijke organisaties bouwde hij kennis en ervaring op om ondernemingen doelgericht te adviseren bij het verduurzamen van hun integrale bedrijfsvoering. Gewend om buiten vaste kaders te denken en talenten van mensen bij elkaar te brengen, besluit hij in 2012 tot oprichting van Constantis. Hier komen al zijn expertises samen, op het snijvlak van MVO, bedrijfskunde, internationale marketing en corporate communicatie. De achtergrond van Lex is bedrijfskunde (MBA), marketing (MSc), Political Science en de Postdoc leergang Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen.

Lex is lid van de Normcommissie ISO 26000 van het NEN.

Contact: l.eschauzier@constantis.nl
3xBETER BEGRIP is een uitgave van:
Constantis adviseurs voor duurzame strategie
Nassau Odijcklaan 6
3971 BP Driebergen
www.constantis.nl | info@constantis.nl