

Communicatiefilters



Communicatie wordt gefilterd en vervormd door:

1. **Geheugen**

Herinnering is een reconstructie van de werkelijkheid. Nieuwe informatie wordt bij voorbaat ingepast in die constructie zodat die overeind blijft. Omgekeerd is wat je vertelt (bijvoorbeeld over wat je hebt meegemaakt) gekleurd door je herinnering.

2. **Emoties**

Wat je zegt, maar vooral hoe je iets formuleert, hangt erg af van de emoties, die je ervaart op het moment dat je je uitspreekt. Andersom hoor je wat een ander zegt, ook op een bepaalde manier, afhankelijk van de emotionele staat waarin je bent, of afhankelijk van de emoties die door hetgeen de ander zegt, bij je worden opgeroepen. Bepaalde woorden of uitdrukkingen kunnen ook een bepaalde emotionele lading hebben of gekregen hebben. Daardoor hebben die ook een specifieke betekenis voor de betrokkene(n).

3. **Taal**

Mensen verschillen wat betreft de primaire ingang via welke ze informatie tot zich nemen. Bijvoorbeeld: zien, horen, voelen/tasten. Ze denken dan bij voorkeur respectievelijk in (visuele) beelden, in taal, of in gevoelens. Dit komt ook vaak tot uitdrukking in de taal die ze gebruiken: iemand kan zich in meer of mindere mate bedienen van visuele, auditieve (betrekking hebbend op geluid, wat je kunt horen) of kinesthetische termen (waarin beweging wordt uitgedrukt, of hetgeen je kunt voelen). Iemand die een sterke voorkeur heeft voor een bepaald kanaal, zal

informatie vanuit een andere ingang moeilijker tot zich nemen.

4. Overtuigingen

Ieder mens beschikt over opvattingen die hem of haar goed van pas komen. Opvattingen over hoe de wereld in elkaar zit, hoe mensen nu eenmaal zijn, hoe je je hoort te gedragen en vooral over hoe je zelf nu eenmaal bent. Je hebt er belang bij om die opvattingen in stand te houden. Daarom zal je je best doen om informatie uit te zenden welke die beelden in stand houdt en afwijkende informatie niet toe te laten of te vervormen.

5. Normen en waarden

Wat je waardevol vindt, maar ook wat je vindt dat behoorlijk is, beïnvloedt je waarneming en daardoor ook je communicatie. Wat voor jou belangrijk is, ook als daar een inbreuk op wordt gemaakt, registreer je eerder, omdat het je opvalt, of omdat het voor zich spreekt. Anderzijds kan het ook zijn dat je daardoor bepaalde zaken niet ziet of hoort, omdat je je daar niets bij kunt voorstellen. Ook vindt vervorming plaats, omdat je graag wilt dat anderen zich gedragen in overeenstemming met jouw opvattingen.

6. Perspectief

Je standpunt van waaruit je communiceert is belangrijk. Of anders gezegd: wat wil je dat overkomt met betrekking tot de relatie tussen jou als zender (of ontvanger) van de boodschap en de boodschap zelf. Bijvoorbeeld je rol. Welke positie neem je in? Van waaruit redeneer je? Wat denk je dat van je wordt verwacht? Praat je naar beneden of naar boven? Wil je iemand overtuigen omdat je vindt dat je het beter weet? Stel je je meer vragend op? Of stellend?

7. Oriëntatie

Ook wel metaprogramma's genoemd: vaste uitgangspunten. Bijvoorbeeld: sommige mensen zijn sterk georiënteerd op het verleden, andere op de toekomst, weer andere leven sterk in het heden. Dat komt ook tot uitdrukking in de communicatie. Bijvoorbeeld: in welke tijd spreek je: verleden tijd, tegenwoordige tijd, of toekomstige tijd. Een ander belangrijk oriëntatiepunt is of men zichzelf en zijn omgeving ziet als dingen die je vast kunt pakken en tot op zekere hoogte vast en stabiel, of juist als processen, ongrijpbaar en veranderlijk. Tenslotte is een belangrijk oriëntatiepunt, in hoeverre je communiceert (redenerend) vanuit jezelf of vanuit de ander. We noemen dit ook wel posities. Dit komt bijvoorbeeld tot uitdrukking in de mate waarin iemand over zich zelf praat, of het heeft over 'wij', of voortdurend zijn best doet om het juist van de kant van de ander te bekijken.

8. Attitude

Je instelling of houding bepaalt vaak wat je hoort (of horen wilt). Omgekeerd bepaalt je houding ook niet alleen hoe, maar ook wat je wilt communiceren. Bijvoorbeeld als je een negatieve houding hebt, breng je

een andere boodschap over dan wanneer je een optimistische instelling hebt. Denk bijvoorbeeld ook aan vooroordelen en dergelijke.