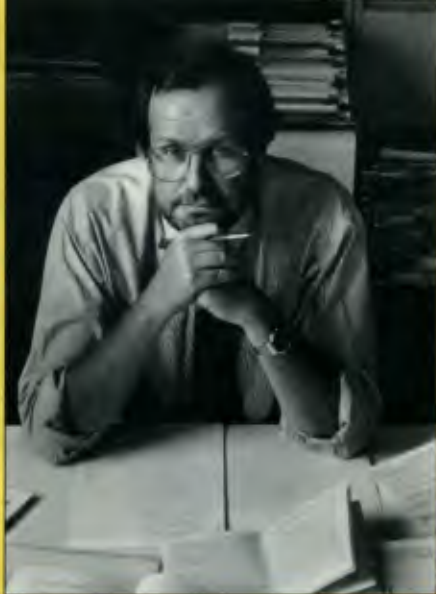




Het gevoel... ...moet er zijn!

Heel wat discussies zijn doodgeslagen met de sportterm 'het zit tussen de oren...' Als het goed zit, volgt de overwinning bijna vanzelf. En de nederlaag is snel verklaard omdat het niet goed zat. De sport-vergankelijkheid vervangt, zo lijkt het wel, steeds meer de soms kille werkelijkheid van de echte wereld. Sport als virtual reality. Ook andere maatschappelijke processen worden gezien als spel of competitie.

Dat maakt bijvoorbeeld het politieke leven in Den Haag soms spannender, maar vervlakt het ook. Het kamerlid wordt gevraagd hoe zij zich voelde, toen haar motie werd aangenomen. De minister heeft als coach gefaald, omdat de ambtenaren er een potje van maakten. Ook politici 'scoren punten' en 'zien vreselijk af'.

Door die sport-metaforen vervallen we tot twee-partijen-denken. Er zijn nu eenmaal verliezers en winnaars. En omdat er maar één kan winnen, zijn er een hoop verliezers. Dat is dan je eigen schuld, want het zat niet goed tussen de oren. Zo worden zelfs ongelijke verhoudingen niet alleen gerechtvaardigd, maar ook nog geïndividualiseerd.

De basis-gedachte is niet nieuw of verrassend. In de sociale wetenschappen is het een bekende benadering. De wijze waarop je de

wereld interpreteert, beïnvloedt niet alleen je eigen wereldbeeld, maar verandert je positie in die wereld ook. Als de werknemer zichzelf als afhankelijk slachtoffer ziet, heeft hij geen invloed op zijn werkomstandigheden.

En dichter bij huis. We kennen allemaal de discussie tussen de optimist die de fles nog half vol en de pessimist die hem al half leeg ziet. Hoe vaak komen meningsverschillen in de medezeggenschap niet neer op dat benaderingsverschil. De feiten zijn in oorsprong dezelfde, maar door ze positief of negatief te kleuren, lijken ze anders en worden ze op de duur ook anders.

Maar als de voortekenen niet bedriegen, raken we af van de 'oren-maffia'. De Nederlandse prestaties op de Olympische spelen gaan school maken in het alledaagse Nederlands. 'Het gevoel moet er zijn', 'er moet meer emotie in' en 'het plezier moet weer terug'. Natuurlijk zijn ook dit huis-, tuin- en keukenwaarheden. Zij gelden voor elk team van samenwerkende mensen. Gemeenschappelijke belangen, zakelijke afwegingen, koele analyses, goed geformuleerde doelen zijn onvoldoende voor succes. Zonder gevoelens, emoties en plezier werkt niets.

Jaap de Jong