

EDWARD DIJXHOORN

BELEEFDHEID: HET BELANG VAN ERKENNING

Een columnist heeft recht op redding. De deadline voor deze column naderde met rassen schreden en ik had nog geen keuze kunnen maken tussen een aantal onderwerpen die door mij hoofd spookten, toen ik een lezenswaardig artikel van Emma van Bijnen van het ADR Instituut over beleefdheid en erkenning onder ogen kreeg.

De wereld staat in brand. Parijs is getroffen door aanslagen en in Brussel geldt - op het moment van schrijven - nog steeds de hoogste staat van paraatheid. De kranten staan vol met analyses van de oorzaken van dit geweld en de drijfveren van de jihadisten. Eén aspect komt daar altijd weer bij terug: veel van de jonge mannen die zich aansluiten bij terroristen zijn in hoge mate gefrustreerd door het gebrek aan kansen die zij krijgen in de Banlieu's van Parijs, in Molenbeek of in het - tot voor kort - door Amerikanen bezet Bagdad.

Erkenning is dus niet alleen relevant voor mediation, het onderwerp waaraan ik mijn columns bij voorkeur besteed, maar is ook nog eens bijzonder actueel.

Het verband tussen erkenning en beleefdheid ligt in de definitie die professor William Foley heeft geïntroduceerd: 'Beleefdheid is een verzameling van sociale vaardigheden waarvan het doel is ervoor te zorgen dat iedereen zich erkend voelt in de sociale interactie'.

Wij kennen allemaal (nu ja, allemaal?) de beleefdheidsvormen uit ons dagelijks leven. Wij groeten onze buurman, laten anderen uitspreken, laten vrouwen voorgaan (behalve op de trap naar boven) en bieden eerst de koekjes aan de anderen aan.

Maar het gaat dus dieper. Het gaat over erkenning en respect. En daarmee tevens over eigenwaarde en gezichtsverlies. Ieder mens heeft behoefte om een positief sociaal imago, een positief gezicht, te projecteren.

Wij beseffen dat niet altijd, maar dat gezicht is kwetsbaar. Dat positieve zelfbeeld wordt bedreigd als uit de sociale interactie geen erkenning wordt geput. We spreken dan van gezichtsverlies.

Onbeleefdheid, het niet erkennen van de ander en daarmee het aantasten van diens eigenwaarde, is niet zonder gevolgen. Niet alleen onder kansarme jongeren met een islamitische achtergrond, maar ook in ons dagelijks, al dan niet zakelijk, leven.

Want de mens die gezichtsverlies lijdt wordt in zijn handelen niet meer gedreven door ratio of redelijkheid, maar door de inwendige drang om het gezichtsverlies ongedaan te maken en de eigenwaarde te herstellen.

Dat maakt beleefdheid en leven naar erkende beleefdheidsvormen tot een goed begrepen eigen belang. Want of het nu gaat om de relatie werkgever - werknemer of een lastige gesprek met een te veel eisende, ontevreden klant, die de rekening niet wil betalen of de medeaandeelhouder of zakenpartner waarmee U niet (langer) op een lijn zit: het heeft geen zin om het publieke zelfbeeld dat ieder mens voor zich zelf wil claimen, aan te tasten. Mijn advies luidt derhalve: Wees hard op de inhoud, maar wijs en zacht op de vorm.



Edward Dijxhoorn
Business Mediation
www.dijxhoorn.nl