

MULTIFOCUS: ZES FOCUSSEN OP DE WERKELIJKHEID

Hoe je kijkt bepaalt wat je denkt en wat je doet

Wij kijken allemaal door een andere bril naar de werkelijkheid. Ieder mens is uniek en heeft een eigen focus op de werkelijkheid. Achter iedere focus zit een wereld van waarden, normen, overtuigingen, kwaliteiten en vaardigheden. Mensen die de wereld vanuit dezelfde bril bekijken, begrijpen elkaar beter dan mensen die een andere bril op hebben. Als je constructief en effectief wil (samen)werken is het van belang om zaken niet alleen door je eigen bril maar ook door de bril van de ander te bekijken. Om verbinding te kunnen maken met anderen, of dat nu klanten, collega's, leidinggevenden of medewerkers zijn, is het belangrijk om af te stemmen op de ander.

Voor de meeste mensen echter staat hun focus op de werkelijkheid gelijk aan de waarheid. Alles wat je ziet, wordt namelijk gefilterd door je overtuigingen, waarden en normen. Jouw waarden en normen worden dan de waarheid. Jouw kijk op de wereld is echter niet dé waarheid, maar slechts een gedeelte van de werkelijkheid. Star vasthouden aan een bepaalde kijk op de werkelijkheid is niet effectief en ook niet constructief. Waarnemingen zijn subjectief in die zin dat je de gegevens om je heen selecteert en interpreteert die voor jou belangrijk zijn en in jouw bekende denkpatroon passen. Het gaat er dus niet alleen om wat je ziet maar om wat je erin ziet. Dat kan van mens tot mens verschillen.

We kennen allemaal de verschillende interpretaties die mensen geven als ze een ongeluk hebben gezien. De ene voorbijganger heeft een blauwe auto gezien en de ander een groene; de ene heeft een lange man met bruin haar gezien en de ander een man met lichtblond haar. Je ziet wat je denkt dat je ziet en de invalshoek van waaruit je kijkt, bepaalt wat je zult selecteren en hoe je de dingen zult interpreteren. Als je dat principe eenmaal begrijpt, kun je invloed uitoefenen op je eigen waarneming. Dat betekent dat je de werkelijkheid niet als vanzelfsprekend kunt beschouwen. Het is van essentieel belang om open te staan voor de waarden, normen en overtuigingen van anderen, om echt te willen begrijpen hoe anderen kijken. Dit vraagt om aandacht en interesse in de ander. Het gaat om het vermogen om je focus te verleggen, om van kleur te willen en kunnen verschieten. Dit vermogen om af te stemmen, mee te bewegen en verbinding te maken, noemen wij multifocussen (meervoudig kijken). Dat vermogen is goud waard.

In dit artikel beschrijven wij de zes focussen met de daarachter liggende rollen, waarden, overtuigingen, kwaliteiten en vaardigheden. Wij hebben ons daarbij laten inspireren door het gedachtegoed van Edward de Bono over de zes denkhoeden en door de niveaus van leren van Bateson en Dilts (zie elders in dit boek).

De matrix op de volgende bladzijde geeft in één beeld weer wat MULTIFOCUS inhoudt.

MULTIFOCUS

| FOCUS | ROL | WAARDEN | OVERTUIGINGEN | KWALITEITEN | VAARDIGHEDEN |
|---|--------------------|---|---|--|--|
| Objectief Feiten Gegevens | Onderzoeker | OPENHEID Neutraliteit Onafhankelijkheid Juisheid Rechtvaardigheid Oprechtheid | Meten is weten Het moet kloppen Cijfers liegen niet Het moet wetenschappelijk verantwoord zijn | Onbevooroordeeld Nieuwsgierig Zakelijk Eerlijk Nauwkeurig Oordelijk | Kennis vergaren Informatieve vragen stellen Onbevooroordeeld luisteren Anderen informeren Feiten van meningen scheiden Zaken op een rijtje zetten |
| Subjectief Gevoelens Beleving | Coach | VERBONDENHEID Passie Betrokkenheid Zorgzaamheid Dienstbaarheid Genegenheid | Gevoelens spreken de waarheid Vertrouw op je intuïtie Jezelf zijn levert het meeste op Gezichten spreken boekdelen | Openhartig Empathisch Behulpzaam Betrokken Intuïtief Liefdevol | Inleven in de ander Anderen helpen Sfeer scheppen Non-verbale signalen duiden Betrokkenheid creëren Op je intuïtie vertrouwen |
| Positief Voordelen Kansen | Motivator | MOBILITEIT Vooruitgang Vertrouwen Succes Energie Optimisme | Het glas is half vol Elk nadeel heeft voordeel Na regen komt zonneschijn Elke crisis is een kans | Optimistisch Energiek Resultaatgericht Ondernemend Daadkrachtig Enthousiast | Relativeren Kansen benutten Anderen motiveren Woorden in daden omzetten Successen vieren Initiatief nemen |
| Kritisch Nadelen Risico's | Criticus | STABILITEIT Veiligheid Zekerheid Continuïteit Wrijving Twijfel | Het glas is half leeg Elk voordeel heeft nadeel Gewaarschuwd mens telt voor twee Elke crisis is een bedreiging | Kritisch Standvastig Assertief Behoedzaam Provocatief Moedig | Risico's onder ogen zien Kritiek geven Anderen waarschuwen Conflicten bespreken Grenzen aangeven Twijfels kenbaar maken |
| Creatief Ideeën Alternatieven | Vernieuwer | ORIGINALITEIT Vernieuwing Inspiratie Avontuur Diversiteit Groei | Verandering is verbetering Verandering spijs doet eten Inspiratie geeft motivatie Alle ideeën zijn welkom | Creatief Vindingrijk Flexibel Speels Avontuurlijk Inspirerend | Nieuwe ideeën bedenken Denkpatronen doorbreken Visie ontwikkelen Oplossingen bedenken Anderen inspireren Adviezen geven |
| Analytisch Structuur Samenhang | Analyticus | REDELIJKHEID Logica Samenhang Kwaliteit Eenheid Inzicht | Argument is enige dat telt Alles is voor rede vatbaar Een betoog moet logisch zijn Je gezonde verstand gebruiken | Leergierig Bedachtzaam Doelgericht Verstandig Planmatig Reflectief | Vraagstukken analyseren Inzicht geven Argumenten aandragen Heldere doelen formuleren In breder verband plaatsen Samenhang aanbrengen |

© Overmaat & Overmaat
www.multifocussen.wordpress.com

DE OBJECTIEVE FOCUS

Focus

Wit is de metafoor voor de objectieve zienswijze. Wit is de kleur van sneeuw, blanco, neutraal, maagdelijk wit. In deze focus zie je de wereld om je heen vooral objectief: je bent gefocust op feiten, cijfers en gegevens. Het gaat om het onbevooroordeelde kijken waarin je zoveel mogelijk je mening, gevoelens, ideeën of conclusies uitstelt. Het weten, onderzoeken en informeren staat centraal.

De objectieve focus is ook gericht op het "niet-weten", nog geen mening hebben, het uitstellen van het oordeel. Een zekere mate van onbevangenheid en open staan voor het moment van het NU is hier aan de orde.

Rol

De rol van de objectieve waarnemer is die van onderzoeker, informant, wetenschapper. Hij bekijkt de wereld door een witte bril. Je herkent de onderzoeker door de vele vragen die hij stelt en door zijn kennis van zaken.

Waarden

De belangrijkste waarde voor de objectieve waarnemer is Openheid. Openheid betekent dat je bereid bent om te luisteren naar anderen, zonder oordeel. Naast openheid zijn waarden als neutraliteit, onafhankelijkheid, juistheid, rechtvaardigheid en oprechtheid belangrijke richtingwijzers voor zijn handelen. Deze waarden zijn van essentieel belang en vormen zijn motivatie- en inspiratiebron. Deze waarden geven richting en kracht aan zijn handelen en brengen hem in beweging.

Overtuigingen

De objectieve waarnemer vormt zijn overtuigingen op basis van zijn waarden. Het gaat om essentiële oordelen over zichzelf, over anderen en over de wereld om hem heen. Zijn waarden vormen de meetlat en de overtuigingen zijn de normen. Hij kan zich laten leiden door de volgende belemmerende of versterkende overtuigingen:

Metten is weten

Het moet wetenschappelijk verantwoord zijn

Eerst zien, dan geloven

Het moet kloppen

Cijfers liegen niet

Kwaliteiten

De objectieve waarnemer beschikt over een aantal kwaliteiten, die zijn persoonlijkheid vormen. Hij is onbevooroordeeld, nieuwsgierig, zakelijk, eerlijk, nauwkeurig en ordelijk. De objectieve waarnemer kan natuurlijk doorslaan in zijn kwaliteiten en teveel van het goede vertonen. Dan vervalt hij in zijn valkuilen en is hij betweterig, afstandelijk, gereserveerd, geremd, kleurloos, onverschillig, een pietje precies.

Vaardigheden

De objectieve waarnemer vergaart kennis, kan onbevooroordeeld luisteren, stelt informatieve vragen, informeert anderen, scheidt feiten van meningen en gevoelens en kan zaken op een rijtje zetten.

Gedrag

De objectieve waarnemer laat zijn gedrag bepalen door informatie, feiten en cijfers. Hij is gericht op het weten, het onderzoeken en het observeren. Hij is taakgericht.

DE SUBJECTIEVE FOCUS

Focus

Rood is de metafoor voor de subjectieve zienswijze. Rood is de kleur van het hart en daarmee een metafoor voor emoties, gevoelens en intuïtie. Rood is de tegenpool van de neutrale, objectieve, witte zienswijze. In rood vormen emoties de achtergrond van onze gedachten en daarom is het belangrijk om die emoties ook te benoemen.

Door ook de gevoelslading erbij te betrekken krijgen zaken een diepere betekenis. Je hoeft in rood je gevoelens niet te rechtvaardigen omdat die persoonlijk zijn en niet de uitkomst zijn van het logische denken. Emoties kun je waarnemen met al je zintuigen: je oren (het horen, "het is de toon die de muziek maakt"), je ogen (het zien, "de blik in je ogen spreekt boekdelen"), je neus (het ruiken, "ergens een neus voor hebben"), je mond (het proeven, "een vreemde smaak in je mond krijgen").

Emoties zijn een verzamelbegrip voor vele soorten gevoelens en kunnen positief (blij,

gelukkig, opgelucht, tevreden) en negatief zijn (boos, ontevreden, ongelukkig). Rob van Es onderscheidt in zijn boek *Veranderdiagnose* drie soorten emoties: de directe opwellingen (woede, angst, verdriet, verrassing, blijdschap), de gemoedstoestand in relatie tot anderen (liefde, haat, jaloezie) en de complex samengestelde emoties, verbonden aan de persoonlijke context (schaamte, schuld, medelijden).

We zijn ons vaak niet bewust van onze emoties, ze zijn irrationeel en associatief terwijl ze wel degelijk van invloed zijn op onze wijze van denken en doen. Volgens Daniël Pink, auteur van het boek "Een compleet nieuw brein" wordt het vermogen om met iemand mee te voelen, je te verplaatsen in de belevingswereld van de ander, steeds belangrijker naast de kennis en informatie die je op het internet kan halen. De gave om je tot mensen te verhouden en je met ze verbonden te voelen, is volgens hem de uitdaging van het nieuwe leiderschap.

Rol

De rol van de subjectieve waarnemer is die van coach, de helper, de ondersteuner. De subjectieve waarnemer kijkt de wereld door een rode bril. Je herkent de coach door zijn aandacht voor sfeer en voor de medemens.

Waarden

De subjectieve waarnemer wordt in essentie gedreven door de kernwaarde Verbondenheid. Verbondenheid betekent dat je verbintenissen aangaat met anderen. Naast verbondenheid zijn waarden als passie, betrokkenheid, zorgzaamheid, dienstbaarheid en genegenheid belangrijke richtingwijzers voor zijn handelen.

Overtuigingen

De subjectieve kijker vormt zijn overtuigingen op basis van zijn waarden. Hij kan zich laten leiden door de volgende belemmerende of versterkende overtuigingen:

Gevoelens spreken de waarheid
Jezelf zijn levert altijd het meeste op
Het moet goed voelen
Vertrouw op je intuïtie

Kwaliteiten

De kwaliteiten van een subjectieve waarnemer zijn openhartig, empathisch, behulpzaam, betrokken, intuïtief en liefdevol. Als hij onder druk staat en in zijn valkuil stapt, is hij overgevoelig, opdringerig, overbezorgd, klef, loslippig, ongeremd, verstikkend.

Vaardigheden

Hij leeft zich in de ander in, zorgt voor sfeer, helpt anderen, creëert betrokkenheid, duidt non-verbale signalen en vertrouwt op zijn intuïtie.

Gedrag

Hij laat zijn gedrag bepalen door gevoelens en emoties. Intuïtie staat op de voorgrond. De subjectieve kijker richt zich op het voelen, het beleven. Hij is mensgericht.

DE POSITIEVE FOCUS

Geel is de metafoor voor de positieve zienswijze. Geel is de kleur van de zon die energie geeft, een vrolijke kleur. In deze focus staat het (positief) oordelen centraal; hier is ruimte voor de positieve kanten, de voordelen en de kansen. In de gele zienswijze wordt gezocht naar redenen waarom iets wel functioneert; de aandacht is gevestigd op alles wat goed gaat, positief is en vooruit gaat. Er is ruimte voor beweging, iets in gang zetten, het tot stand brengen van dingen en het bereiken van concrete resultaten. Het gaat om het genereren van energie en het realiseren van ideeën en plannen.

Anthony Robbins de grondlegger van het positieve denken en auteur van het boek "Je ongekende vermogens" schrijft daarover: "*Mensen die excellentie hebben bereikt, volgen een consistente weg naar succes...*". "*De eerste stap naar deze formule is je gewenste uitkomst te kennen, precies te definiëren wat je wilt. De volgende stap is actie te ondernemen, want anders zullen je wensen altijd dromen blijven. Je kunt het beste die acties ondernemen waarvan je gelooft dat de kans op succes het grootst is...*"

Rol

De rol van de positieve waarnemer is die van motivator, realisator, optimist. Hij bekijkt de wereld door een gele bril. Je herkent de motivator door zijn enthousiasme, energie en dadendrang.

Waarden

De positieve waarnemer wordt in essentie gedreven door de kernwaarde Mobiliteit. Mobiliteit betekent beweging. Naast mobiliteit zijn waarden zoals vooruitgang, succes, energie, optimisme en vertrouwen belangrijke richtingwijzers voor zijn handelen.

Kwaliteiten

De motivator is daadkrachtig, resultaatgericht, energiek, optimistisch, ondernemend en enthousiast. Als hij doorschiet, valt hij in zijn valkuil en dan is hij naïef, ongeduldig, loopt hij op de troepen vooruit, fanatiek, oordelend, onvoorzichtig, oppervlakkig of impulsief.

Overtuigingen

Zijn belemmerende of versterkende overtuigingen zijn:

Het glas is half vol

Na regen komt zonneschijn

Elke crisis is een kans

Mensen zijn in principe te vertrouwen

Pluk de dag

Stilstand is achteruitgang

Elk nadeel heeft zijn voordeel

Vaardigheden

De motivator kan relativeren, zet woorden om in daden, viert successen, onderneemt initiatieven, motiveert anderen en benut kansen.

Gedrag

Hij laat zijn gedrag bepalen door mogelijkheden. Hij ziet de kansen en benut deze ook. Hij is gericht op het boeken van resultaten en benoemt datgene wat goed is gegaan, richt zich op de uitdaging en de vooruitgang. Hij neemt het initiatief en gelooft in een

goede afloop. De gele waarnemer is actie- en resultaatgericht.

DE KRITISCHE FOCUS

Focus

Zwart is de metafoor voor de kritische zienswijze. Zwart is de kleur van de nacht, een sombere kleur. In deze focus zie je de wereld met een zwarte bril op; je bent gefocust op wat niet goed gaat: de nadelen, risico's en gevaren. In zwart staat het (kritisch) oordelen centraal. In deze focus gaat men op zoek naar redenen waarom iets niet functioneert, de aandacht is gevestigd op alles wat verkeerd, onjuist of gebrekkig is maar dan wel met redenen omkleed. In deze focus is men ook gericht op "de plek der moeite", daar waar het wringt. Dan wordt het spannend en interessant want wrijving geeft glans!

Rol

De rol van de kritische waarnemer is die van criticus, waarschuwer, pessimist. Hij bekijkt de wereld door een zwarte bril. Je herkent de criticus door zijn kritische vragen en opmerkingen.

Waarden

De negatieve waarnemer wordt gedreven door de kernwaarde Stabiliteit. Stabiliteit betekent het streven naar een situatie zonder teveel risico's. Naast stabiliteit zijn (soms tegenstrijdige) waarden als continuïteit, veiligheid, zekerheid maar ook wrijving en twijfel belangrijke richtingwijzers voor zijn handelen. Deze waarden zijn van essentieel belang en vormen zijn motivatie- en inspiratiebron.

Overtuigingen

Zijn belemmerende of versterkende overtuigingen zijn:

Wrijving geeft glans

Hardlopers zijn doodlopers

Elk voordeel heeft zijn nadeel

Een crisis is een bedreiging

Een gewaarschuwd mens telt voor twee

De mens is in principe niet te vertrouwen

Het glas is half leeg

Niets is zeker

Na pieken volgen dalen

Kwaliteiten

De negatieve waarnemer is kritisch, standvastig, assertief, behoedzaam, provocatief en moedig (want hij durft het conflict aan). Zijn valkuilen zijn cynisch, klagerig, overmoedig, oordelend, afhoudend, pessimistisch, star, passief, dwars, strak.

Vaardigheden

Hij kan goed kritiek geven, risico's onder ogen zien, anderen waarschuwen, conflicten bespreekbaar maken, grenzen aangeven en twijfels kenbaar maken.

Gedrag

Hij laat zijn gedrag bepalen door zich te focussen op risico's en bedreigingen. Hij richt zich op datgene wat er niet goed is gegaan en wat er mis dreigt te gaan. Hij stelt zich

kritisch op, benoemt de nadelen, de valkuilen en de tekorten. Hij twijfelt, aarzelt en waarschuwt voor gevaren en risico's. De zwarte waarnemer is risico- en probleemgericht.

DE CREATIEVE FOCUS

Focus

Groen is de metafoor voor de creatieve zienswijze. Groen is de kleur van de natuur waarin gewassen groeien. In de groene focus staat het creëren en vernieuwen centraal. Er is ruimte voor fantasie en verbeeldingskracht. In groen gaat men op zoek naar nieuwe ideeën, veranderingen, alternatieven en oplossingen.

In de groene zienswijze is er ruimte voor "het spelen met gedachtes" en voor het stellen van (paradoxe) vragen. Groen is ook doen wat niet van je verwacht wordt, inspelen op onverwachte situaties en improviseren. Het gaat hier om het doorbreken van bestaande denkpatronen en om uit de comfortzone stappen.

Je zou denken dat creatief waarnemen hetzelfde is als het vermogen om uit je denkpatroon te stappen en van zienswijze te wisselen (te multifocussen) maar dat is niet voorbehouden aan de groene zienswijze. Ook groen is een bepaalde focus op de werkelijkheid, namelijk die van de fantasie, creativiteit en verbeeldingskracht. Igor Byttebier schrijft hierover in zijn boek "Creativiteit. Hoe? Zo! "" *Met verbeelding bedoelen we het vermogen zich een voorstelling in de geest te maken van iets dat op dit moment niet fysiek waar te nemen is. Je kan deze vaardigheid ook beeld denken noemen. Merk op dat het hier niet enkel gaat over visuele beelden maar evengoed over geluiden, geuren, smaken, tastzin, alsook abstracte begrippen: ideeën, concepten enz. Verbeelding doet op talloze momenten van het dagelijks leven haar werk, bewust en onbewust...*"

Rol

De rol van de creatieve waarnemer is die van vernieuwer, innovator, inspirator. Hij bekijkt de wereld door een groene bril. Je herkent de vernieuwer door zijn paradoxale vragen en zijn vermogen om zaken vanuit een onverwachte invalshoek te bekijken.

Waarden

De creatieve waarnemer wordt in essentie gedreven door de kernwaarde Originaliteit. Originaliteit betekent het creëren van nieuwe en verrassende uitvindingen. Naast originaliteit zijn waarden als vernieuwing, inspiratie, diversiteit, avontuur en groei belangrijke richtingwijzers voor zijn handelen.

Overtuigingen

Hij kan zich laten leiden door de volgende belemmerende of versterkende overtuigingen:

Elke vernieuwing is een verbetering

Verandering van spijs doet eten

Uitzicht geeft inzicht

Inspiratie geeft motivatie

Alle ideeën (ook niet haalbare) zijn welkom

Kwaliteiten

De vernieuwer is creatief, vindingrijk, flexibel, avontuurlijk, speels en inspirerend. Zijn valkuilen zijn zweverig, chaotisch, dromerig, slordig, wispelturig, onverstandig, inconsequent, nalatig, inconsistent.

Vaardigheden

Hij kan goed nieuwe ideeën bedenken, denkpatronen doorbreken, een visie ontwikkelen, oplossingen bedenken, anderen inspireren en adviezen geven.

Gedrag

Hij laat zijn gedrag bepalen door vernieuwing en verandering. Hij richt zich op creëren, inspireren, groeien. De creatieve waarnemer is idee- en oplossingsgericht.

DE ANALYTISCHE FOCUS

Focus

Blauw is de metafoor voor de analytische zienswijze. Blauw is de kleur van de hemel (overkoepeling) en is ook een koele, afstandelijke kleur. In de blauwe focus staat het begrijpen centraal. Hierin is ruimte voor het "denken over het denken", voor het leggen van verbanden en voor het structureren. Blauw is als het ware "de software" voor het denken en speelt zich vooral in onze linkerhersen helft af waarin men analyseert en sequentieel (opeenvolgend) denkt. Het gaat hier vooral om het rationele, formeel gestructureerde denken. In deze zienswijze wordt gewikt en gewogen en zaken worden vanuit meerdere invalshoeken onder de loep genomen. Argumenten waarom mensen doen wat ze doen en de betekenis daarvan doorgronden, is hierin van belang. Het gaat over betekenisgeving, het plaatsen van gegevens in een bestaande context en daar betekenis aan toekennen. Ook is hier ruimte voor reflectie en feedback en voor het ontwikkelen van het leervermogen.

Rol

De rol van de analytische waarnemer is die van analyticus, denker, strateeg. Hij bekijkt de wereld door een blauwe bril. Je herkent de analyticus door zijn afstandelijke en formele houding, zijn behoefte om te structureren en te focussen op het doel.

Waarden

De analytische waarnemer wordt in essentie gedreven door de kernwaarde Redelijkheid. Redelijkheid betekent de rede, het gezond verstand, als leidraad voor het handelen. Naast redelijkheid zijn waarden als logica, inzicht, samenhang, eenheid en kwaliteit belangrijke richtingwijzers voor zijn handelen.

Overtuigingen

De analytische kijker kan zich laten leiden door de volgende belemmerende of versterkende overtuigingen:

Alles is voor rede vatbaar
Het argument is het enige dat telt
Je moet je gezonde verstand gebruiken
Je moet zaken kunnen verantwoorden
Het verstand wint het van het gevoel
Inzicht biedt uitzicht

Kwaliteiten

De analyticus is leergierig, planmatig, doelgericht, verstandig, bedachtzaam en reflectief. Ook hij kan doorslaan en dan is hij afstandelijk, besluiteloos,

perfectionistisch, gecompliceerd, beheersend, belerend, rechtlijnig, manipulatief.

Vaardigheden

Hij kan vraagstukken analyseren, inzicht geven, argumenten aandragen, heldere doelen formuleren, in breder verband plaatsen en samenhang aanbrengen.

Gedrag

De analytische kijker laat zijn gedrag bepalen door het denken. Hij probeert te analyseren wat er aan de hand is. Hij richt zich op samenhang en structuur. Hij is gericht op het begrijpen, op de logica. De blauwe waarnemer is gericht op oorzaak- en gevolg.

DE KUNST VAN MULTIFOCUSSEN

Multifocussen is het vermogen om te schakelen tussen de verschillende focussen en het vermogen om te reflecteren op de verschillende niveaus binnen iedere focus. Dat vermogen is goud waard! Dan spreken wij over meesterschap en gaat het over waarden als respect, gelijkwaardigheid, verantwoordelijkheid, integriteit en bovenal wijsheid.

Het gaat om het ter discussie stellen van je eigen zienswijzen en de bereidheid om van perspectief te veranderen. Daarmee verander je ook de werkelijkheid om je heen. Als je dat principe beheerst kun je invloed uitoefenen op je eigen ontwikkeling. George Parker, auteur van "Het grote boek van de creativiteit" schrijft hierover: ... *"Als je je aannames kunt veranderen, kun je variaties maken op bestaande denkbeelden. Je bent in staat om andere vormen te verzinnen. Maar als je je meningen wijzigt, kun je tot nieuwe ideeën en structurele veranderingen komen. Als je je paradigma's kunt veranderen, overstijgt je je eigen werkelijkheid en kun je fundamentele veranderingen tot stand brengen."*

Onze complexe samenleving vraagt om het vermogen om te kunnen multifocussen, om meervoudig te kunnen kijken. Het is van essentieel belang om als professional te onderkennen dat mensen verschillen in de wijze van waarnemen en dat het erom gaat gebruik te maken van deze verschillen.

De verschillen in zienswijzen, rollen, waarden, kwaliteiten en vaardigheden moeten en mogen gezien worden. Ieder mens is van waarde en wordt gerespecteerd zoals hij of zij is. In onze visie worden mensen aangesproken op hun eigen kijk op de werkelijkheid, hun achterliggende waarden en opvattingen en op hun kwaliteiten en vaardigheden. Douwe van Houten spreekt van het diversiteitsbeginsel in zijn boek "De gevarieerde samenleving" (2004) en schrijft hierover *"Alle mensen zijn verschillend en die verschillen mogen ook gezien worden. Gelijkwaardigheid staat voor het uitgangspunt dat ieder mens van waarde is en wordt gerespecteerd zoals hij of zij is"*. Dat beginsel spreekt ons aan en MULTIFOCUS biedt daarvoor een praktisch en eenvoudig toepasbaar concept.

© Overmaat & Overmaat
20 februari 2012