

Zeven lessen uit de “Zwarte Piet-discussie”

En weet je wat tante meteen heeft gezegd? :
Toch weet ik het zeker: DIE BAARD IS NIET ECHT!
we zullen 't er verder nou maar bij laten
met tante Mathilde valt NIET te praten.
Annie M.G. Schmid

Inhoud

| | |
|---|---|
| Zeven lessen uit de “Zwarte Piet-discussie” | 1 |
| Samenvatting..... | 1 |
| Echt? | 1 |
| Niet waar! | 2 |
| Metaforen | 2 |
| Begrip facilitator | 2 |
| Objecten | 3 |
| Subjecten | 3 |
| Patronen | 3 |
| Uitvinding van taal..... | 4 |
| Wat zit er in de boodschap? | 4 |
| Welke boodschap? | 4 |
| Taal aan de leiding..... | 5 |
| Beeld op de voorgrond..... | 5 |
| Beide samen | 5 |
| Waarachtig communiceren | 5 |
| Zeven lessen | 6 |

Samenvatting

Uit de discussie over Sinterklaas en Zwarte Piet zullen we uiteindelijk leren, dat ze alleen bestaan als metaforen waaruit we lessen kunnen leren over ons zelf. Totdat we leren om uit te vinden, wat we bedoelen met Sinterklaas en Zwarte Piet, zullen we gedoemd zijn bij herhaling in onze eigen valkuil van communicatie te stappen.

Echt?

Als prille vader was ik van plan onze kinderen niet in Sinterklaas te laten geloven. Ik was van mening, dat ik mijn kinderen altijd de waarheid zou moeten vertellen. Dus liegen over een fantasiefiguur, dat kon ik niet. Totdat ik las wat de functie van het Sinterklaasfeest is: “kinderen leren dat ouders liegen”. Alle kinderen moeten leren, dat ouders soms liegen. Al is het maar over het feit, dat ze niet weten, wat waar is of niet. Dat voelt pijnlijk, maar nood – leren leren – breekt wet – altijd de waarheid vertellen.

Niet waar!

Laat ik beginnen met te wijzen op een paradox: Sinterklaas en Zwarte Piet zijn niet echt. Het zijn verkleedde mensen. Toch praten we over hen alsof ze echt zijn. De mensen die voor Sinterklaas en Zwarte Piet spelen, zijn echt. Het gesprek, de discussie is echt. En daarmee doen we, alsof Sinterklaas bestaat. Dat zien we, bij de ontvangst van Sinterklaas. En bij de discussies over de blokkades tegen de protesten tegen Zwarte Pieten bij de ontvangst van Sinterklaas. We hebben het erover, dus bestaan ze echt. Maar ze zijn niet echt waar, we maken ze waar. Dit heet het [Thomas-Theorema](#). Situaties die niet bestaan, bestaan wel in hun gevolgen. En dus doen we of ze echt bestaan. We liegen de waarheid.

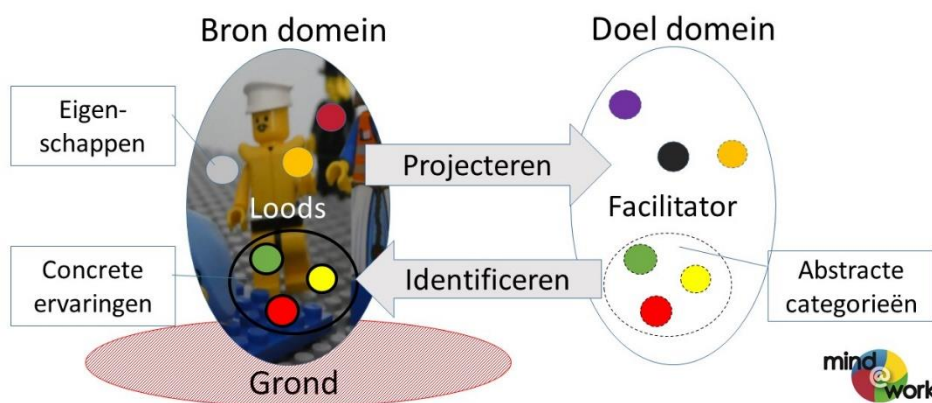
Metaforen

Zo werkt je geest (Engels, "mind"). Je ervaart voorwerpen (objecten) door ze te gebruiken. Wat werkt, onthoud je. Je projecteert je echte, concrete ervaringen op nieuwe voorwerpen. Je herkent je eigen concrete ervaringen en wijst ze toe als eigenschappen aan het andere voorwerp. Dit proces heet ook wel "identificeren". Zoals het woord al zegt, je maakt als "het-zelf-de". Het woord "iden" herken je in "idem", een afleiding van "het" of, in het Engels "it". Daarbij maak je zonder het te realiseren, gebruik van het Thomas Theorema: je maakt iets "waar", door de gevolgen van je projecties als waar te beschouwen. En in het gebruik blijkt, dat dat werkt.

Door het combineren van projecteren en identificeren vorm je beeldspraak, ofwel een metafoor. Je begrijpt ook abstracte dingen, door metaforen te gebruiken. Je maakt van een concreet begrip een abstract concept. Een verzameling van dergelijke begrippen wijst je toe aan een te begrijpen doel. Door vervolgens te kijken, of de metafoor werkt, "begrijp" je. Wanneer het voor je werkt, werkt het. Hier zien we weer de werking van het Thomas Theorema. Werkelijkheid is wat werkt.

Begrip facilitator

Metafoor: ... een facilitator is als een loods...



In de illustratie geef ik weer, hoe dit werkt om een onbekend doelbegrip, bijvoorbeeld "facilitator" te begrijpen. De metafoor die in een gesprek met een opdrachtgever opkwam was: "Oh, een facilitator is als een loods". De spreker (bron) kent

het begrip facilitator niet, maar pakte een (LEGO™) figuur die leek op een loods. Het begrip "loods", kent de spreker op basis van ervaringen. Een loods staat naast de kapitein om een schip een haven in of uit te loodsen. De metafoor houdt in, dat deze opdrachtgever zich als "kapitein" van een team (bemanning) in een project (schip) met een bestemming (haven) ziet. Bij het begin (uitvaren) van een project (reis) kan dan een facilitator (loods) helpen. Op deze manier verbindt de opdrachtgever door een metafoor concrete ervaringen naar een nieuw begrip. Wanneer dat goed werkt, slijt het begrip facilitator in. Later vergeten we dat metafoorgebruik.

Objecten

Dit werkt bijzonder krachtig, als hulpmiddel bij het gebruik van voorwerpen en objecten. We herkennen zelfs de metaforen niet meer, wanneer we spreken over stoelen, tafels of hamers en spijkers. We noemen dit dan idioom. We herkennen metaforen alleen nog in echte beeldspraak, zoals in “*de spijker op de kop slaan*”. Iedereen begrijpt, dat we geen echte spijker slaan en dat een kop van een spijker geen hersenen bevat. Of “*niet onder stoelen of banken steken*”. Vroeger noemden mensen een tafel “bank”, vandaar het woord “bank” voor “banken”, een “geldwisseltafel”.

Op deze manier, maak je ook van mensen verkleed als Sinterklaas en Zwarte Piet, Sinterklaas en Zwarte Piet. De voorwerpen – denk aan kleding, baard, staf, huidskleur, ... – en gebruik ervan – denk aan de stem, liedjes, de ontvangst, o ja, en de cadeautjes -, maken Sinterklaas en Zwarte Piet tot Sinterklaas en Zwarte Piet. Of eigenlijk, maak *jij* Sinterklaas en Zwarte Piet tot Sinterklaas en Zwarte Piet. We noemen de eigenschappen niet voor niets “attributen”: we wijzen ze toe.

Subjecten

Het projecteren en identificeren heeft echter twee grote nadelen, bij het gebruik ervan bij andere mensen. Ten eerste, een mens is geen voorwerp en deze ander projecteert en identificeert ook. Door een mens tot voorwerp te maken, maken we een “subject”, een onderwerp van de ander. Het gebruik van “onderwerpen”, toont al aan, dat anderen daar instinctief tegenin zullen gaan.

Het tweede is, dat iedereen eigen projectie maakt en daarbij andere eigenschappen zal gebruiken. Jouw ervaringen verschillen van de mijne. Ze komen globaal met elkaar overeen, en verschillen in de persoonlijke details. Je kan dan ook niet zomaar jouw eigenschappen boven die van de ander stellen. Tenzij, zie het vorige punt, je de ander als “onderworpen” ziet. Dan zijn mijn eigenschappen *de* eigenschappen. De eigen eigenschappen gaan we veralgemeniseren en gebruiken om onze gemeenschappen te bepalen. Op de rol van communiceren kom ik terug.

Als gevolg van dit gebruik van metaforen, verdiepen we onze verschillen. We maken elkaar tot voorwerp, tot subject, en gebruiken subjectieve verschillen alsof ze objectief zijn. De waarheid als leugen. Je gebruikt projecties en identificaties om jezelf te leren kennen. Wanneer je dat doet met een ander als spiegel, treden er vervormingen op. Want je beeld van een ander, komt niet overeen met de ander van je beeld. Je ander vormt zich ook een beeld – van zichzelf, van jou - en projecteert dat op jou. Je ziet liever je goede kanten, dan je duistere; een ander ziet liever je slechte kanten, dan de heldere. En omgekeerd, zie je eerder “de splinters in het oog van de ander”.

Deze algemene problematiek uit zich als vanzelf in de discussies over Sinterklaas en Zwarte Piet. Want daar gaat het over “wie ben ik?”, “wie zijn we?” en “wie ben ik in het oog van de ander?” Wat is echt? Het is een mêlée van eigenschappen en attributen, een complex van onderdrukte gevoelens, emoties, zaken en mensen.

Patronen

In discussies herhalen zich dezelfde patronen: een ander dient overtuigd te zijn van de eigen geïdentificeerde eigenschappen als de kenmerken van Sinterklaas en Zwarte Piet. Niet om de echtheid van Sinterklaas en Zwarte Piet. Want die zijn niet echt. En eigenlijk ook niet, om een ander te overtuigen van de waarheid van ons standpunt. Dat is namelijk ook niet echt. Nee. We gebruiken de discussie om aan te tonen dat “wij echt zijn”. En daarmee de ander “niet echt”. Of het nu gaat om Nederlanderschap, racisme, Randstad versus provincie, links versus rechts, laag opgeleid tegenover hoog ...

Wie je echt bent, dient “vanzelf” te zijn, want anders werkt het niet. Zo zie ik althans de argumenten over “kinderfeestje”: het gaat om de naïviteit. De identificatie houdt niet op bij de figuren Zwarte Piet en Sinterklaas. Ze begint daar een lawine van identiteiten, nu eens overlappend, dan weer verschillend. Dat je een ‘echte’ Nederlander bent, volgt niet uit een Turkse bisschop die uit Spanje komt, maar uit het feit, dat je gelooft dat deze Turkse bisschop ieder jaar voor de kinderen uit Spanje komt. En dat geloof moet echt zijn, want anders ben je geen echte Nederlander. Al is het maar voor de kinderen, die nog geloven.

Welke Sinterklaas en Zwarte Piet zijn echt? Wiens gebruik gebruiken we? Merk op, dat ik “gebruik” gebruik als een metafoor voor “traditie”. Gelukkig vieren we Sinterklaas om te vieren dat ouders liegen.

Uitvinding van taal

Hier maak ik even een zijsprongetje. Wat maakt “Sinterklaas en Zwarte Piet” tot “Sinterklaas en Zwarte Piet”? Ik weet het niet. Wat ik wel weet, is dat Sinterklaas de baas heet en Zwarte Piet de knecht. De knecht moet doen, wat de baas zegt. En de knecht, veronderstellen we, mag de baas niet tegenspreken. De Sint weet wat hij wil en vertelt dat aan Piet. Dit is ook een metafoor, een metafoor over communicatie.

In “[Metaphor and Thought](#)” maakt Michael Reddy duidelijk, dat we over twee metaforen over communiceren beschikken. Hij noemt ze de “*conduit metaphor*” en de “*toolmaker metaphor*”. Hoewel Monique van Dam dat eerste begrip in de vertaling van “[Leven in Metaforen](#)” van George Lakoff en Mark Johnson de “containermetafoor” noemt, geef ik de voorkeur aan “leidingmetafoor”. De andere noem ik “uitvindermetafoor”. Laten we even uitvinden, hoe ze werken.

Wat zit er in de boodschap?

In de *containermetafoor*, zit de betekenis in de woorden. De zender codeert de boodschap in woorden, zendt ze door de leiding naar de ontvanger, die de boodschap decodeert. De boodschap wordt begrepen, zoals door de zender bedoelt, want ze gebruiken dezelfde taal-als-code. Er kan ruis op de lijn optreden, en dat kan voorkomen worden door LUIDER en DUIDELIJKER te zenden. Er kan ruis op de lijn optreden, en dat kan gerepareerd worden, door de boodschap te herhalen. De ontvanger heeft het gemakkelijk, want die hoeft alleen maar te ontvangen.

Welke boodschap?

In de *uitvindermetafoor*, zit betekenis in jou. Alleen jij weet, wat je met je boodschap wilt zeggen. Je maakt uit je beschikbare metaforen een keuze, biedt die aan in de vorm van nieuwe metaforen. Deze metaforen werken voor jou. Taal-als-*tool*. De ander zoekt uit wat wel en niet bij hem of haar past, met de eigen metaforen. De ander maakt de eigen betekenis, voor zichzelf. In een conversatie stemmen ze de beelden – of moet ik zeggen, elkaars metaforen - op elkaar af. Hier heeft de ontvanger het net zo moeilijk als de zender.

De leidingmetafoor is momenteel dominant. Dat blijkt zonneklaar uit het onderzoek van Reddy. Dit is een symptoom van het gebruik van machines, computers en “sociale media”. De eenzijdigheid in de ontwikkeling van ons vermogen tot communiceren, beperkt de ontwikkeling van het communiceren.

Je ziet, hoe deze twee metaforen ander gedrag teweegbrengen. In het eerste geval volgt de ontvanger de zender. Communicatie is ‘eenrichtingsverkeer. Zenden en ontvangen. De zender staat boven de ontvanger, is de baas. De volger is de knecht. In het tweede geval, volgen zender en ontvanger elkaar. Communiceren is een over-en-weerproces. Geven en nemen. Spreker en luisteraar zijn beide actief betrokken in het converseren.

Taal aan de leiding

Je begrijpt wellicht, dat taal dus niet neutraal is. In elke boodschap zit een relatie verstopt. Die relatie bepaalt de betekenis en daarmee het gedrag van de ontvanger. In het geval van de *leidingmetafoor*, bepaalt de zender de betekenis. Taal scheidt orde, structuur, leiders en volgers. De nadruk zal liggen op presenteren, overtuigen en assertiviteit. De taal maakt dat de ander de zender volgt. De zender hoeft niet altijd aanwezig te zijn. Centraal staat het antwoord als boodschap en de verantwoordelijkheid naar de zender.

Beeld op de voorgrond

In het geval van de *uitvindermetafoor*, bepalen de partijen met elkaar wat ze als eigen betekenis ervaren en wat gemeenschappelijk. De nadruk zal liggen op conversatie, dialogen en waardering. Je ordent je gedachten met taal, en vindt de betekenis uit het gedrag van de ander. Taal is een van de hulpmiddelen voor het produceren van metaforen. Naast beeld, dans, toneel, houding, gezichtsuitdrukking... De zender is altijd aanwezig in de boodschap. Centraal staat de vraag en het vermogen om tot antwoorden te komen en de verantwoordelijkheid naar elkaar.

Beide samen

De ene metafoor over communicatie is niet beter dan de andere. Ik gebruik beeldspraak, ze zijn niet echt. De *leidingmetafoor* werkt het beste, in eenvoudige gevallen, duidelijke situaties. De *uitvindermetafoor* kan je het beste toepassen in onduidelijke situaties, complexe gevallen. Wat schadelijk is, is het toepassen van een *leidingmetafoor* in communicatie in een complexe omgeving. Andersom is de *uitvindersmetafoor* niet adequaat in een concrete – en wellicht gevaarlijke – situatie. Vandaar, denk ik, dat we tot op heden de voorkeur gaven aan de leidingmetafoor.

De *leidingmetafoor* kan verhullen, dat taal ook subjectief en niet werkelijk is. De werkelijkheid is echt. Met metaforen beschrijf je haar. Echter, de leiding bepaalt wat “waar” is. De *uitvindersmetafoor* kan negeren dat taal ook objectief en werkelijk is. Sommigen menen daardoor, dat de werkelijkheid alleen sociale constructie, subjectief – of zelfs een sociale strijd - is. Dat we de werkelijkheid niet dan door metaforen kunnen kennen houdt niet in, dat ze niet werkelijk bestaat.

Het grote nadeel van de “*leidingmetafoor*” bestaat er volgens mij uit, dat er niet mee valt te praten. Eenrichtingsverkeer. Zwemmen tegen de stroom. Waarheid en gelijk hebben vallen samen. Ze sluit twijfel uit. Biedt veiligheid, een groep, tegen een hoge prijs: niet zelf nadenken. Het grote nadeel van de *uitvindermetafoor* is, dat nadenken vermoeit. Geen tijd voor. Trekt alles in twijfel en roept een soort existentiële leegte op. Het voordeel is, ze versterken elkaar.

Waarachtig communiceren

Wat betekent dit voor de toekomst? Dat ligt aan jou. Welke toekomst zie je als toekomst? Als het een plaats is, wat voor een plaats is die toekomst? En wat zie je in die plaats? En dat is als...? En welke plaats heb jij in die toekomst? En wat heb je nodig om die toekomst te realiseren? Dit soort vragen noem ik wel “waarachtige vragen”. In het Engels heet het “Clean Language”, en ook de vragen van Byron Katie, The Works, zijn bedoeld om er achter te komen, wat je werkelijk bedoelt met wat je zegt. . In waarachtige communicatie onderzoeken we, “wat we zeggen wanneer we wat zeggen”, welke betekenissen we verlenen aan onze uitspraken. Dat kunnen we alleen met elkaar doen, omdat juist de ander je de vraag stelt: “wie ben je?”.

Sommigen zeggen dat, waarover we niet kunnen spreken, we aan voorbij moeten gaan. Wanneer ik iets zeg over wat ik niet weet, lieg ik dan? Wanneer we weten dat we liegen, kunnen we in ieder geval uitvinden, waarover we wel wat kunnen zeggen. Door te streven naar waarachtige communicatie

Zeven lessen

Keren we terug naar de Sinterklaas en Zwarte Piet discussie. De discussie over Sinterklaas en Zwarte Piet negeert het belangrijkste cultuurobject van de traditie van Sinterklaas en Zwarte Piet. Het is geen kinderfeest. Door middel van de surprises op pakjesavond, krijg je inzicht in jezelf. Je krijgt een gedicht bij een verrassend verpakt geschenk. Sinterklaas en Zwarte Piet vertellen je iets over jezelf. Dat zijn vaak zaken, waarover je “liegt” of “bedriegt”, die je niet wilt zien of erkennen. Het grootste geschenk op aarde, is dat je mag worden wie je bent. Om daar te komen, zal je zowel je goede eigenschappen, als je “slechte”, dus duistere, eigenschappen moeten erkennen. De Sinterklaas in je, noemt je bij je naam en berispt je over de slechte dingen. De Zwarte Piet in je, dien je te erkennen, en beloont je dan met vergeving. Zoals je ook anderen iets geeft.

Welke toekomst heeft de discussie? Geen, we draaien in cirkels rond. Tenzij we leren dat we kunnen leren van deze discussie. Dat we leren, dat ouder liegen – om best wil, omdat we niet anders kunnen. We kunnen er een aantal leren over ons zelf.

1. **Sinterklaas en Zwarte Piet bestaan niet echt.** We liegen erover. Jij liegt, soms. Niet uit principe, maar uit noodzaak. Omdat je niet weet wat “wel waar” of “onwaar” is. En omdat je niet kan zeggen, dat iets wat niet onwaar is, noodzakelijkerwijs waar is.
2. **Sinterklaas en Zwarte Piet bestaan als metaforen.** We communiceren door middel van metaforen, je denkt in metaforen. Daarbij maak je van concrete ervaringen abstracte categorieën. Concrete ervaringen – inclusief gevoelens -, zijn altijd waar. Abstracte categorieën zijn projecties van je concrete ervaringen en dien je te onderzoeken: “wat vertelt deze metafoor me over mijzelf, de ander en de situatie?”.
3. **Sinterklaas en Zwarte Piet verbeelden een eenzijdige communicatie metafoor.** Onze communicatie wordt gedomineerd (sic) door de “leidingmetafoor”, die eenrichtingsverkeer versterkt. Gesprekken, conversaties en dialogen verworden dan tot debat, discussies en presentaties. De nadruk zal verschuiven naar de “uitvindingsmetafoor”.
4. **Sinterklaas en Zwarte Piet helpen op weg naar waarachtige communicatie** Vindt eerst uit, wat de ander bedoelt te zeggen. Vraag door met gebruik van Waarachtig Communiceren: “... En Zwarte Piet is als..?” “... En een kinderfeestje is als ...?” “... En racisme is als ...”.
5. **Sinterklaas en Zwarte Piet zijn niet bang zichzelf ter discussie te stellen** Beweeg naar je angst of spanning in een situatie toe. Onderzoek de spanningen, inclusief die van jezelf. Erken, dat we elkaar gebruiken om onszelf te definiëren. Elke identiteit bepaal je door je relatie met anderen en bepaalt je relatie met anderen. Identiteit is niet echt (nou ja, aangenomen, een keuze, of opgedrongen door de “leidingmetafoor”), leugentje om bestwil, maar toch.
6. **Je kan zowel Sinterklaas als Zwarte Piet zijn.** ... en wat voor een Sinterklaas en Zwarte Piet kan je zijn? “... en welke cadeautjes breng je mee ...?” “... wat is daarvan de surprise...?”
7. **Sinterklaas en Zwarte Piet en zijn twee kanten van jezelf: een “witte” en een “zwarte”,** Maak een tekening over je antwoorden op 6. Welke lessen kan jij hieruit leren?