

Beelddenken, nut voor teams en hun taak

Een systematiek voor teamontwikkeling en creatieve resultaten

Start

Voordat je aan de slag gaat, vraag ik je even stil te staan:

1. Verplaats je even in de situatie waarin je voor een team staat als facilitator. Hoe je staat, wat je ervaart, hoe je kijkt.. wat is je stijl van werken? Geef hiervoor een metafoor of symbool: een symbool voor mij is.... of "in een team ben ik net een.... 2. Verplaats je nu in de situatie waarin jij deel bent van een team. Hoe gedraag jij je gewoonlijk, wat is je rol? Hoe beleef jij je plaats? Geef hiervoor een metafoor of symbool: dan ben ik echt een.... Gaandeweg het lezen van dit artikel kun je naar die situatie terug. Je kunt ook steeds een andere herinnering kiezen om wat jij leest levendig te maken naar jouw eigen praktijk.

Wat kun je verwachten van dit artikel?

Doel is de beelddenkmethodete uiteen te zetten en teams zo te ondersteunen dat zij creatief taakgericht en met veel energie werken. Door de taken creatief aan te pakken versterkt het teamverband en groeien zowel slagkracht als innovatieve resultaten. Gericht Beelddenken is een methode die ieder daarbij kan benutten.

1. Introductie
2. Over beelddenken, groepsbeelddenken, teams en creatief denken
3. Een korte verwijzing naar wetenschap en onderzoek.
4. De zevenstappenmethode.
5. Enkele praktijk-voorbeelden.
6. Tools en technieken, materiaal.
7. Afsluiting.
8. Auteur en Literatuur

n.b. Er wordt veel literatuur aangehaald en namen genoemd die de basis hebben gevormd voor deze benadering. Ik licht niet ieder auteur toe. Mocht je geïnteresseerd zijn dan is het via het web makkelijk te documenteren. Hier zou het artikel te omvangrijk worden en toch wil ik het je niet onthouden.

1. Introductie en het ontstaan van deze methode

Van zelfsturende groepen naar de verbeelding aan de macht.

Als kind droomde ik weg aan tafel. Mijn opvoeders floten mij terug: 'Ghislaine jij droomt!', waarmee ze me vroegen of ik erbij wilde zijn. Dat dagdromen ben ik niet verleerd. Ik heb er zelfs een specialisme van gemaakt binnen mijn beroep.

Hoe is het zo gekomen?

Begin jaren zeventig was ik docent op de sociale academie en ontwikkelde ik (met collega Toon van Rooy) het curriculum 'Part Time Cultureel Werk' volgens de methode- 'Ervarend leren' van Paolo Freire, die de bevolking in Zuid Amerika bewust wild maken van hun situatie en door bestrijding van het analfabetisme in staat tot culturele verandering.

Wij volgden zijn ideeën over het leren uit de praktijk en het documenteren en verdiepen van zijn bevindingen. We leerden de studenten dat zij op praktisch beleefde situaties als mens en in hun beroep zó konden reflecteren dat de behoefte aan kennis en verdieping vanzelf opkwam en in een vraag kon worden samengevat. Vervolgens werd daar deskundige informatie en wetenschappelijke studies over geraadpleegd.

Vakken vooraf bepaald waren niet opgenomen in het programma.

Het was een combinatie van politicologie en sensitivity-training vanuit de tijdsgeest: 'Het persoonlijke is politiek'. Tijdens de stagebegeleidingen van de studenten werd dat extra duidelijk. Dat waar de studenten vragen over hadden was direct verbonden met hun werkomgeving, de werkverhoudingen, de strategieën en hun eigen positie.

Mijn kennis als criminologe-agoog, internationale politieke betrekkingen én ervaring met existentiële Gestalttherapie kwamen goed van pas, evenals mijn werk in de Forensische Psychiatrie bij het huidige Pieter Baancentrum, toen genoemd De Psychiatrische Observatie Kliniek van Justitie. In de gelijktijdige wisselwerking als docent met de '68 generatie verdiepte ook ik het kritisch en creatief benaderen van beroeps- en maatschappelijke vraagstukken. De verbeelding over een betere andere wereld werd gestimuleerd.



Het ging ons om 'mensen helpen in hun kracht te komen'. Dat werd mijn motto en gold zowel voor personen als groepen en teams. Hoe onderzoek je hun drijfveren? En kende ik als leraar mijn eigen drijfveren? Ik zocht, studeerde en verzamelde, via marathonworkshops Gestalt en opleidingen.

Luisteren naar en werken met dromen boeide mij mateloos. Ik startte droomwerkgroepen en benutte alle bestaande benaderingen, mits zij niet voor de droom van een ander betekenis invulden. 'Respect voor de beelden was wet en nooit duiden' was mijn motto. Dromen leken mij de authentieke stem van de innerlijke mens in een situatie waarin wetten, regels, codes en het oog van een ander waren uitgeschakeld.

Het is pas begin jaren 80-, na een diepgaande studie van Jung dat ik de betekenis van mythen, archetypen en het collectief onbewuste kan inzien. Mij werd duidelijk dat persoonlijke neurosen een pijnlijk leven veroorzaken omdat het creatief vermogen van 'nieuwe

oplossingen vinden' verhinderd is. De sociale en omgevingsfactoren zijn daarbij van groot belang. Logica, psychologische theorieën -en goede wil helpen niet. In gevangenen is de situatie zodanig dat je moeilijk van een individu kunt verwachten dat hij de kans krijgt (neemt?) zich zo te ontwikkelen, dat hij een nieuw leven zonder recidive kan voorbereiden.

Een nieuwe gewenste , gedroomde toekomst van geluk of succes betekent een nieuw ontwerp en een nieuwe manier van waarnemen. De omgeving kun je daarbij niet ontkennen. Die kan je helaas behoorlijk tegenhouden. Creativiteit en visie zijn noodzakelijk.

Dit alles geldt ook voor organisaties en maatschappelijke instellingen. Visie is vereist.

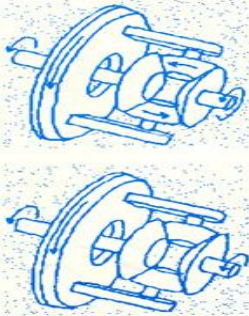
Er ontstond een synthese tussen systeemdenken, creativiteit en team/organisatieontwikkeling en -mijn belangstelling voor het -werken met -dromen, dagdromen en geleide fantasieën. Aanvankelijk als bron voor persoonlijke ontwikkeling en al snel als inspiratie voor een onorthodoxe benadering van projecten en visievorming waar de logica niet meer voldoende was en creativiteit werd vereist. Ik zag -dat organisaties neurotisch kunnen zijn en stagneren. Zo begon ik mijn adviseurswerk en de begeleiding van vernieuwingsprocessen waarbij 'visiedromen' gekoppeld werd aan zakelijke doelen, zowel in profit als non-profit organisaties. 'Gericht Beelddenken' verenigt het zakelijke met het fantastische naar een verbeelde realiseerbare toekomst.

Kortom: imaginatie wordt ingezet voor organisatiedoeleinden als productontwikkeling (Philips), visiebepaling (zorginstellingen en business), teamopbouw technische bedrijven en gemeenten), toekomstscenario's (VNU, heden Sanoma). In mijn boek 'De kracht van Beelddenken' een creatieve manier om koers te bepalen, zet ik mijn methode in zeven stappen voor persoonlijk zoeken, teams en organisaties uiteen.

2. Over beelddenken, groepsbeelddenken, teams en creatief denken

Het vormgeven van workshops en ontwikkelen van de toepassing van beelddenken voor creatievelingen vonden wij in Delft onder de titel '(Groeps)beelddenken voor ontwerpers'. In 1984 introduceerde Gérard van Eyk, hoogleraar Marketing aan de TUDelft, afdeling Industrieel Ontwerpen, het vak: Gericht Beelddenken (een wijze van organiseren van innerlijke beelden). Het vak richtte zich op Kleinschalig Ondernemerschap en groepsbeelddenken voor ontwerpteams. Gerda Smets zorgde voor de wetenschappelijke verantwoording , ik ontwierp als consultant de zevenstappenmethode voor ontwerp, visieontwikkeling, strategie en persoonlijke ontwikkeling, zowel individueel als in project- en managementteams. Tijdens een vierdaagse training maakten de studenten kennis met dit kennisveld.

Beelddenken en Ruimtelijk Inzicht voor Ontwerpers



Gerda Smets

Centrale vraag in de methode is: hoe kunnen creatief talent en ondernemerschap (intrapreneurship = intra corporatie entrepreneurship) worden ondersteund en ontwikkeld voor de deelnemers aan een team, dat taakgericht in een organisatie opereert?

Inhoudelijke kennis, zoals traditionele teambuilding, groepsdynamica en communicatie -bleek daarvoor niet voldoende; ook visie, verbeelding en creatieve vernieuwende ideeën waren noodzakelijk.

Creatief beelddenken, als vermogen, staat centraal in deze benadering. Dat betreft niet alleen kunstzinnigheid, maar vooral ook het vermogen om buiten de kaders te durven denken. (E.De Bono: 'Lateral thinking'). Het is dus veel ruimer, dan kunstenaarschap of genialiteit. Iedereen kan dit vermogen ontwikkelen. In het curriculum bleek 'beelddenken voor ontwerpers' een succesvol vak.

Beelddenken

Sinds de jaren 50 is er veel onderzoek gedaan naar het intuïtief probleemoplossend vermogen, creatief denken en het disfunctioneren en herstellen van die -eigenschappen. Koppel je dit met het talent beelddenken dan levert dit onze zevenstappenmethode op. Om je in de wereld te oriënteren zijn, zowel logisch denken als creatief beelddenken nodig. Deze zijn complementair. Beelddenken is een natuurlijke wijze van redeneren in beelden en is voor iedereen beschikbaar. Het wordt vaak overtroefd door talig of begripsdenken.

Wij kennen allen het natuurlijke proces, maar slaan er vaak geen acht op: je hebt een vraag of probleem, je denkt erover na, er zijn opties, je kiest en handelt. Zo werkt het in het dagelijks leven. Het denken in vaste patronen verhindert vernieuwing en het ontstaan van alternatieven. Creatief denken stelt de geest open voor nieuwe wegen. Je laat de verbeelding spreken.

Nagenoeg gelijk aan de standaard formule is het proces van creatief denken dat gestructureerd wordt in een brainstorm met dat verschil dat ruimer zoeken en de kans geven aan het 'Slimme Onbewuste', zoals Ap Dijksterhuis in zijn boek 'het slimme onbewuste' zo prachtig beschrijft, een ander resultaat oplevert. Dat proces ziet er als volgt uit: er is een probleem, divergeren betekent talloze opties verzamelen, convergeren brengt ons tot een keuze voor het beste nieuwe idee en realiseren vraagt om aan het werk te gaan. Hier geldt: 'quantity breeds quality'. Het werkt enigszins anders als de verbeelding dieper wordt aangesproken: nog altijd is daar de vraag, de incubatie kan of een nachtje duren of je doet verbeeldende oefeningen die het logische denken afleiden. De-illuminatie, of eureka, is meestal een individuele ervaring van het vatten van een essentie of een 'kernidee' en dan volgt de realisatie, die ook om veel creativiteit vraagt. Een team kan getraind worden in dit laatste proces. Het verschil is dat niet een grote hoeveelheid ideeën wordt nagestreefd maar dat ieder tot een soort kernidee komt.

Beelddenken is naar mijn mening de bron van alle creativiteit. In de workshop 'Beelddenken' spelen de zevenstappen al een rol. Met als resultaat dat de deelnemers elkaar beter kennen, van elkaar weten hoe ze denken over hun organisatie, een toekomstvraag eerst individueel verkennen en daarna met elkaar delen. Hierbij helpen ze elkaar om hindernissen die zij tegenkomen bij de realisatie van die toekomst aan te pakken en maken ze samen een realisatieplan.

Soms gebeurt dit bij mensen uit verschillende organisaties, soms bij bestaande teams binnen een organisatie. Meestal vindt de verdieping naar een organisatie effect plaats als iedereen de methode heeft omarmd.

Groepsbeelddenken

Mensen hebben zodra zij zich in een groep begeven, een intuïtie of beeld van die groep. Vaak onbewust. J. Paget een Franse groepstrainer onderzocht 'La vie émotionnelle des groupes' en stelde vast dat deelnemers zich onmiddellijk een beeld vormden waar zij zich naar gedroegen. Uitdaging is mensen te helpen bewust te worden van die onbewuste eerste beelden, deze te leren formuleren en delen en vervolgens met elkaar op te pakken en benutten. 'Groepsbeelddenken' is een belangrijke basis voor een gezonde groep of team. Wie zijn wij, waar gaan wij voor, hoe vullen wij elkaar aan, kunnen wij elkaar aanspreken en vertrouwen.

Teams

In organisaties wordt gezocht naar visionaire, goed functionerende managers, ideale teams en hoog gekwalificeerde vakmensen. Ook de uitvoering en productie hebben deze criteria. Wat je doet, doe je goed. Maar wordt er voldoende gelet op het organisatie klimaat, op de beelden die groepen van elkaar hebben en van zichzelf? Worden de Willie Wortels niet langzaam uit de organisatie geweerd naarmate de -shareholdersvalues en korte termijn denkers de macht overnemen? Visie voor innovatief denken -en bankiers-financiersdenken verdragen elkaar nu eenmaal slecht.

Waar het om gaat, zijn synergie, complementaire teamleden en interactie tussen de verschillende stijlen van denken, leren en creatief zijn.

Synergie

Synergie ontstaat door het complementaire van verschillen talenten en vaardigheden, van karakters en stijlen; alle waardevol binnen organisatie en teams. Want het geheel is meer dan de som van de delen. Onderzoek hoe dit te bereiken blijft boeien. Intuïtie en ervaring van wijze mannen is niet voldoende. In Engeland werkten Ted Matchett en Lord Trevilyan, gerenomeerde engelse organisatieadviseurs met de Zodiacsterrenbeelden. Zij gingen ervan uit dat elke Zodiactype verschillende vragen stelt aan een probleem of situatie en een eigen kijk heeft op de wereld. Typen van William Miller, auteur van 'The creative edge' zijn gerelateerd aan de stijl van creatief zijn. Hij onderscheidt er vier. Professor Kirton ontwierp de vragenlijst 'KAI', waarbij de relatieve afstand wordt opgemaakt in een team van innovatieve denkers en meer adaptatieve denkers, beiden noodzakelijk voor de realisatie van zaken. Op grond van profielen kan men denken dat men ideale teams kan samenstellen. Precies de reden waarom ik duidelijk wil maken dat beelddenkers in een team van rationele, logische, lineaire denkers een belangrijke bijdrage leveren. Onderstaand een opsomming van de onmisbare bijdragen van beide typen en wat in een training geleerd kan worden,

Complementair: Met/van elkaar leren	
• Oneindige ruimte en tijd.	• Structuren en plan
• Ben ik dom?	• Analytisch ,logisch.IQ
• Ziet overeenkomsten	• Ziet verschillen
• Associatief/bisociaties	• Specialiseert
• Verbanden leggen	• Oog voor details
• Gehelen zien	• Talig
• Intuïtief resultaten kennen	• Bouwt lineair op
• Creatief,verbeeldend	• Creatief organiserend

Beelddenkers en beelddenken Het nut van trainen	
Beelddenkers:	Beelddenken:
Loslaten en stilzetten	Logica loslaten, ruimte maken
Focussen en richten	Beelden ontvangen en vertrouwen
Communiceren	Verbeelding creatief inzetten.

Zo ontstaat een wisselwerking die synergie kan doen ontstaan door het aanvullend zijn van beelddenkers, begripsdenkers en andere denk- en leerstijlen, zoals ook de 8 intelligenties van Howard Gardner en het lang geleden goed uitgewerkte model van leerstijlen volgens David Kolb.

Beelddenkers en het nut van trainen met elkaar.

Tijdens mijn trainingen ‘Introductie en Masterclass Beelddenken’ ontmoeten beelddenkers en begripsdenkers elkaar. Zij zijn wel allen geïnteresseerd in creatief denken. Naast het trainen van het beelddenken zoals hier uiteengezet leren de beelddenkers dus beter focussen, ofwel concentreren op één voorgrond thema, communiceren in de taal van niet beelddenkers en zichzelf serieus nemen als talent.

Creatief denken en verbeelding

Naast de theoretische grondslagen voor ‘Creative Problem Solving’ en Scenario’s Schrijven, lezen wij steeds meer over het werken van ‘Het Brein’, en de persoonskenmerken van Genies zoals Einstein, Leonardo da Vinci, die mensen in zichzelf meer aandacht kunnen geven. Ook autisme als bron van talent naast de beelddenker, die lange tijd niet werden gewaardeerd zijn nu beter in beeld. Mijn methode is gebaseerd op de onderzoeken van Fenomenologen en de filosofen/sociologen die als imaginatiewetenschappers gezien kunnen worden. Ik noem Husserl, Merleau Ponty, Sartre, Baudrillard, Bachelard en Roland Barthes. De semiologen bestudeerden aanvankelijk de taal als tekensysteem, maar later via poëzie vooral ook de beelden en beeldsystemen in de reclame, kunst, mode etc. De huidige beeldcultuur wordt duidelijker ervaren en meer diepgaand bestudeerd op de effecten voor mens en maatschappij.



Heb je al dorst??

3. Korte verwijzing naar Wetenschap en Onderzoek.

In de ontwikkeling van Freud tot heden werd mijn fascinatie gevoed door:

- Droomonderzoek
- Helende effect van vrije imaginatie

- Creatief denken en toepassing
- Beelddenken en ‘The act of creation’
- Kunstenaars denken en technische innovatie.

Naast het droomonderzoek- sinds Freud en vooral voortgezet in de jaren vijftig bestond het inzicht van het helende effect van (vrije imaginatie). Desoille schreef over ‘Le rêve dirigé éveillé’, de geleide dagdroom en de positieve effecten ervan. Hans Carl Leuner- bouwde dit uit in zijn boek ‘Katathymisch Bilderleben’. Over Assagioli hoef ik je in deze context niets te vertellen. Caycedo en anderen werkten het vermogen tot imaginatie verder uit en publiceerden hun theorie. De NLP maakte een synthese van het werk en onderzoek van Virginia Satir, Frits Perls en de Hypnotherapie van Milton Ericson. En Pieter Middelkoop leerde ons ‘imaginatieve therapie’ nog te lezen in zijn boek ‘De wijze oude man’. Dit alles gebeurde vooral in de ontwikkeling van de psychotherapie.

Op basis van het werk van A.Caycedo ‘Sophrologie’ genoemd, ontstond de toepassing voor sportprestaties door de arts Raymond Abrezol, coach van topsporters. Hij ontwikkelde een succesvolle methode om sporters te laten oefenen met mentale beelden. Hun prestaties werden meetbaar beter dan van diegenen die uitsluitend fysiek trinden. Zo wonnen de Franse skiërs in Saporò tegen alle verwachtingen in. Er zijn ook onderzoeken onder basketballers die de successen bevestigen. Haptonomen hebben deze methode inmiddels omarmd.

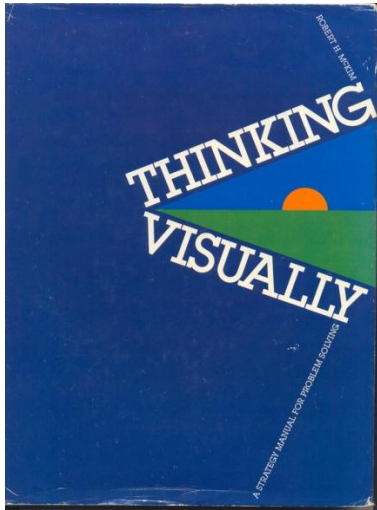
Sinds de jaren '90 erkent men het verband en wordt gewaardeerd dat ieder mens creatief kan denken (een noodzaak voor dagelijks functioneren) en in staat is deel te nemen aan brainstormen en sessies ‘creatieve technieken’. De methode wordt versterkt door toenemend wetenschappelijk inzicht in creativiteit en coaching. Ook gingen grote(re) bedrijven vragen om interne ondernemers en innovatie.

Arthur Koestler was inmiddels een grondig onderzoek begonnen naar ‘The Act of creation’ waarin hij liet zien dat in wetenschap, kunst en humor het creatieve moment ontstaat door een bisociatie. Huidig onderzoeker Daniel Tammet noemt in zijn boek ‘Embracing the wide sky’ het vermogen tot hyperconnectiviteit de essentie van creatieve verbeelding. Dat is wat begaafde denkers kunnen: ‘de kern van alle vormen van uitzonderlijke creativiteit is hyperconnectiviteit, het vermogen om ongebruikelijke dwarsverbindingen te maken tussen de verschillende hersengebieden. Synesthesie, erfelijkheid en omgeving zijn bijkomende aspecten van bijzondere creativiteit. Ondertussen vordert het hersenonderzoek en weten wij meer over hersenactiviteit en creativiteit. Er zijn heel wat studies verricht over ‘serendipity’ en genieën. Deze kunnen ons inspireren tot het ontwikkelen van dezelfde talenten. De analyse is in ieder geval erg boeiend.

De ontwikkelde- methode ‘Gericht Beelddenken’ sluit aan bij de inzichten in een creatief proces.-Alex Osborn beschreef dat al in 1950. In Buffalo (VS) werd verder onderzoek gedaan. Het Stanford Research Institute bracht rond 1985 een omvangrijke studie uit van de hand van Willis Harrmann over ‘Creativity in Business’ en voorspelde dat innovatieve creativiteit voor de Westerse Wereld een must zou worden nu de productie naar lage lonen landen ging. Richard Florida wist de Westerse overheden te overtuigen van de noodzakelijke houding ten aanzien van innovatie in zijn boek ‘The rise and fall of the Creative Class’. Dit alles mocht ik integreren in mijn werk. Zodoende kan ik spreken van een ruime ervaring tot op heden toenemend.

Maar hoe zit het met teams? In Delft en in veel organisaties ging het om ontwerpteams -en multidisciplinaire samenwerking in innovatieve projecten.

Ik besef goed dat dit slechts het en passant noemen is van prachtige werken. Ik neem aan dat de lezer via Wikipedia en andere bronnen on line snel tot een verdiepte kennis van deze auteurs kunt komen. Het is hier alleen genoemd om het actuele kader te schetsen. In dit artikel wil ik me focussen op teams en het werken met ‘Gericht Beelddenken’.



Robert Mc Kim



Einstein:

Logica brengt je van A naar B, verbeelding brengt je overal.

4. De zevenstappenmethode

De zeven stappen worden levendig en interactief doorgewerkt. De stappen geven structuur aan het teamwerk. De methode is geschikt voor visievragen, problemen, ontwerp vragen, en tembuilding, inclusief koersbepaling als team.

1 De vraag of thema wordt benoemd. Via beelden zoeken de deelnemers eerst individueel en daarna in de groep gedeeld naar het wezenlijke. Ze zoeken de overeenkomsten en overstijgen daardoor de verschillen. De vraag wordt opnieuw gesteld.

2 De persoon zelf is altijd het vertrekpunt: wie ben ik en wat heb ik te bieden aan deze bijeenkomst? Vanuit welke startsituatie ga ik me inzetten voor de zaak. Via externe beelden als foto's en kunstwerken maar ook beelden die van binnenuit opkomen ontstaat een basisportret: soms treden verrassende vanzelfsprekende talenten opeens op de voorgrond en dit werkt verhelderend voor de positie in het team. Mijn logo zegt wat ik te bieden heb. Meerdere verkenningen en experimenten zijn nodig om van beeld naar beeld uiteindelijk te komen tot een slotbeeld.

3 Hoe is **de omgeving**? Metaforen en tekeningen spelen een grote rol evenals de vraag: ‘welk deel ervan ben ik? Ik neem verantwoording bij het onderscheid tussen wat van mij is en wat van mijn omgeving is. Voor het eigen deel kan de persoon bewust zelfsturend zijn en verder gaan in een commitment aan de taak, de gestelde vraag. Soms moet in de ruimte de situatie worden uitgebeeld zodat iedereen zijn positie kan bepalen. Het gesprek hierover werkt zeer opbouwend. Wel zijn meerdere oefeningen noodzakelijk om een bevredigende schets-, rijk aan sfeer en elementen, te krijgen en te bespreken.

Na deze fase is er een basis voor het team om verder te zoeken naar het antwoord op de gestelde vraag of voor welk doel zij de Beelddenkmethode willen inzetten.

Een verkenning van feiten en informatie wordt vooraf of tijdens de conferentie niet overgeslagen.

Soms moet aan de hand van de vraag onderzoek worden gedaan en wordt materiaal verzameld. Iedereen moet voldoende geïnformeerd zijn over details van de vraag.

4 Hoe ziet de **gedroomde oplossing** eruit? Via geleide imaginatie wordt een ontwerp of oplossing -zintuiglijk ervaren als reële beleving. Dat blijkt uit de beelden, waarden, doelen en acties. Een imaginatie naar de toekomst kan niet zomaar gestart worden omdat het risico bestaat dat men te dichtbij het logische of de bestaande scenario's blijft. De eerste drie fasen leren al vertrouwen te hebben in de betekenis van beelden-, moodboards, metaforen en symbolen. Steeds wordt, voordat om een significant beeld of innerlijk antwoord wordt gevraagd, gezorgd voor ontspanning en enigszins vrijgemaakt bewustzijn. Dat kan via afleiding, ontspanningsoefeningen, focussen of een wandeling met opdracht. Zie bij 'tools en...' de ontspanningsoefeningen waarmee je tot steeds diepere niveaus komt.

Beelddenken

Doel benoemen
Ontspannen

Vragen om een beeld of inzicht
Ontvangen van beelden
Levendig maken en beleven
Uitwerken in tekening, foto, lied, gedicht
enz
Delen en betekenis geven
Realisatie voorbereiden

Creatief proces

Vraag formuleren
Incubatie organiseren
Ideeën of Eureka verzamelen
Uitwerken
Realiseren
Uitvoeren

5 Het resultaat wordt geïntegreerd in **een woordloos geheel** met actieperspectieven. Het krijgt de vorm van een affiche, tekening, uitnodiging, een collage of zelfs , een cabaretact. Als het maar mededeelbaar is. Alles wordt naast elkaar geplaatst en de overeenkomsten worden uit de verschillende bijdragen gehaald. Meestal is er een gemeenschappelijk uitgangspunt dat verder kan worden uitgewerkt.

6 De mogelijke **hindernissen** worden benoemd en beelddenkend opgepakt om de weg vrij te maken voor realisatie. Het probleem-oplossend denken is dan al aardig geoefend en leidt vaak tot mooie oplossingen. Vele creativiteitstechnieken zijn gebaseerd op verbeelding. ‘Stel je voor....’ ‘Wat zou je grootmoeder zeggen’, ‘What if..??’

Bij een dilemma gaat het om kiezen vanuit de zintuiglijke ervaring van de situatie die klopt. Bij een paradox gaat het om loslaten van het ‘of ..of’ of ‘ja maar’ en dat transformeren in ‘en..en’, en ‘ja ..en’.

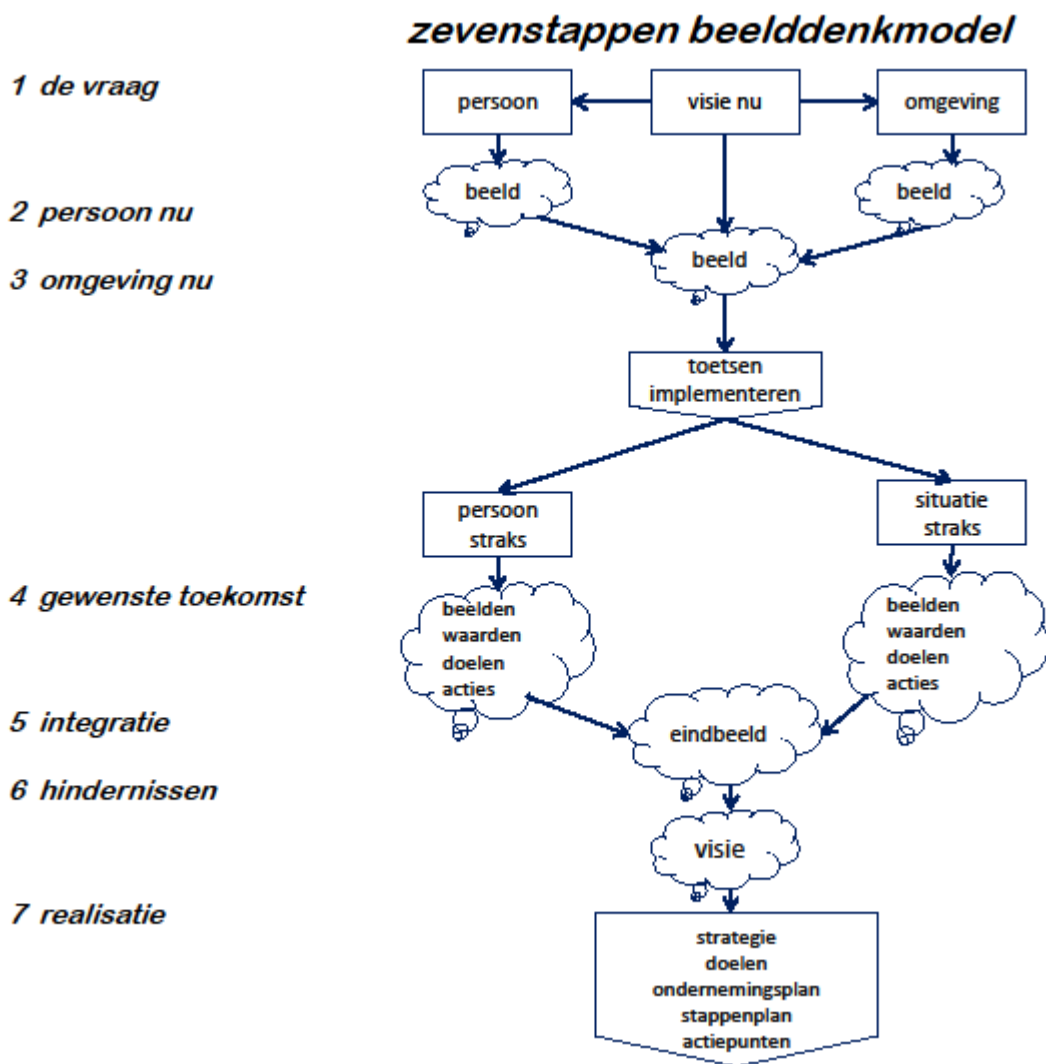
Hebben we te maken met polariteiten dan worden die helder (les extrêmes se touchent) en elkaar overstijgen in een alomvattende principe... zij zijn er allebei en er is een overstijgend concept. Is dat verkend of naar een andere bijeenkomst verplaatst vanuit de overtuiging dat ‘we er wel uitkomen’ dan gaan we naar de zevende stap.

7 Hier gaat het om- **concreet verbeeldend beleven dat de toekomst er is**. Het eindresultaat wordt hierbij levendig voorgesteld. Door het uit te beelden, te spelen, een enthousiaste persconferentie te houden, het op een receptie aan twee mensen te vertellen of in de lift in een minuut onder woorden te brengen. Dan volgt de uitwerking en wordt een werkplan teruggekoppeld aan de startvraag. Ook hierbij is verbeelding nodig: de weg wordt gevisualiseerd.

Is een team tevreden met de oplossingsrichting, dan richt de energie zich vanzelf naar realisatie. Per sessie worden alle stappen doorgewerkt. Beelddenken is én de methode én het instrument. Een ervaren trainer kan in zijn eigen methode beelddenken inweven. Het werken van beeld naar beeld is een zich verrijkend proces. Gaandeweg wordt het ver-taal-d. De taal geeft bewustzijn, het beeld verankert de herinnering.

Met het resultaat wil het team ofwel het proces opnieuw gebruiken ofwel heeft het een basis voor het uitwerken van detailaspecten.

Hieronder het schema van de zeven stappen.



5. Enkele praktijkvoorbeelden

Beelddenken wordt benut in vele situaties: in het dagelijks leven, parapsychologie, spiritualiteit, psychologie, creativiteit en geneeskunde. Ik beperk mij tot de mens in zijn werksituatie en persoonlijke ontwikkeling. Als coach en trainer..

Beelddenken bevorderen wordt met aandacht ingezet om beter tot zelfrealisatie te komen, om doelen en waarden trouw te blijven. Hier maak ik de structuur helder van de wijze van inzet van beelddenken ten behoeve van teams en hun vragen. Enkele voorbeelden van gestelde vragen:

- a. Ontwerp een nieuwe verpakking (gericht beelddenken voor ontwerpers)

In een vierdaagse workshop worden de Industriële ontwerpers bekendgemaakt met het nut van beelddenken. In de centrale toekomststigmatie waarin het ideale product door iedereen wordt ontworpen ontstaan zeer ingenieuze ontwerpen, vaak gebaseerd op zintuiglijke meerwaarde en vormgeving.

- b. Een 'wijkherontwikkeling' (over 5 tot 10 jaar)

Een stad denkt over stadsvernieuwing voor een wijk in ontwikkeling. Een team van 12 mensen doen mee aan een verkennende eendaagse workshop. Een bezoek aan de wijk ging

eraan vooraf. Vooraf is er veel informatie verstrekt over vaststaande vereisten. In de ochtend worden zij warm gemaakt. Zij verkennen in tijdschriften en zoeken naar trends die wel of nog niet waren opgevallen. Zij oefenen om er langere termijn ontwikkelingen in te zien (ontstaan). De ervaring wordt steeds met elkaar gedeeld. Dit leidt tot een toekomst imaginatie, waaruit beelden, waarden, doelen en acties kunnen gehaald. De overeenkomsten worden uitgewerkt, de verschillen als verrijkend doorgewerkt. Dan komt een tweede verbeelding, door middel van een oefening waarbij samenvattende metaforen benoemd worden die al die elementen in een totaal beeld opnemen. Dat kan een stadsdeel zijn van Rome of Parijs of een dorp, een historisch plein. Tenslotte zoeken ze overeenstemming over een te kiezen metafoor. Deze is de leidraad voor de uitwerking in concrete doelen met als uitgangspunt hoe de wijk kan worden ingericht.

c. Nieuwe producten in samenwerking met Marketing na fusie.

Deze thematiek werd voor een bank uitgewerkt in een brainstorm benadering met veel beelden als inspiratie.

d. Teamontwikkeling van een tijdschriftenredactie: 'Permanent Innovatief'

Het team leerde elkaar beter kennen aan de hand van een voorwerp. Iedereen had iets meegebracht om uit te beelden wat zij/hij het team te bieden had. Drie dagen lang inspireerden de natuur en een vliegerfestijn op een van de Waddeneilanden. Op de fiets werd in tweetallen een heel lied geschreven. Tijdens een concert van zeemansliederen zorgden onverwachte wendingen voor nieuwe sferen en andere uitgangspunten.

e. Een Persoonlijk Ontwikkelingsplan binnen een organisatie: 'Merck toch hoe sterck'

In een groep werknemers zocht iedereen naar een heroriëntatie op het eigen werk. De 7 stappen werden in drie dagen uitgebreid doorgewerkt. Men hielp elkaar en wandelde naar zee met een opdracht. Men leerde trouw te blijven aan de eigen toekomstvisie en toch samen met een deelnemer een nieuw bedrijf op te richten, tot ieders tevredenheid. Dit werd gepresenteerd met ondernemersplan, logo, reclamecampagne en al.

Dit mondde soms zelfs uit op het starten van een eigen bedrijf of het bepalen van een andere koers binnen de organisatie. Een nieuwe klus voor HRM.

6.De tools en technieken

Imaginaties en verbeeldende activiteiten

Geleide imaginaties sluiten aan bij het zoeken van het team.

Steeds wordt vorm gegeven aan de opgekomen beelden of wordt gevraagd naar tekeningen, collages, moodboards, tableau's met voorwerpen of het uitbeelden zelf. Identificatie met de gevonden beelden wordt versterkt door ze ruimtelijk uit te drukken met lichaam, geluid of gebaar. Ook nachtelijke dromen zijn soms relevant in relatie tot de vraag. Het bijhouden van een beeld-boek is aan te raden voor elk teamlid. Een lange wandeling met de opdracht te letten op aangegeven aspecten resulteert in een fotoserie die verleden, heden en toekomst uitbeeldt.

Oproepen van beelden

- Ontspannen of afleiden
- Duidelijk vragen om een beeld
- Accepteren van elk beeld
- Maak het beeld levendig
- Als je het niet begrijpt/ wenst, vraag een nieuwe
- Geniet van alle beelden
- Zoek naar de kwaliteit

Individu en team tijdens dit werk

De coach/trainer ondersteunt de opkomende beelden -in overeenstemming met de eigenheid en het 'slimme onbewuste' van de teamleden-. Hier speelt iets bijzonders. Originele beelden en ideeën zijn altijd individueel. Hoe kan het dan van nut zijn voor een teambeslissing?

Allereerst -gaat het om de vraag hoe iedere deelnemer uit vaste denkpatronen -kan wegdromen en met verrassende nieuwe ideeën kan komen. Ideeën die de deelnemer vaak zelf verrassen. Later maken deze deel uit van het groepsbeslissingsproces. Waarbij regel een is dat iedereen de inbreng van anderen volledig respecteert.

Ontspannen

-Subtiel en ongemerkt ingebrachte afleidingsoefeningen en ontspanningstechnieken zijn nodig om in contact te komen met relevante beelden en ideeën. Het loslaten van kritisch logisch denken en daardoor in een andere modus of hersengolf verkeren, geeft de 'beelden' ruimte om op te komen. Uit de diepere lagen van 'innerlijke wijsheid' dient zich een beeld, een symbool, of een idee aan dat zinvol is om naar eigen stijl en (organisatie)cultuur tot keuze en actie te komen. Het herstel van de zinvolle dagdroom ondersteunt de vormgeefkracht en de werkenergie om de oplossing te verwezenlijken. Wat voorgrond was, kan nu naar de achtergrond. De Gestalt komt op, kan worden beleefd en verlevendigd en daarna afgerond. Het criterium is tevredenheid. Het vermogen om te dromen is hier doelgericht benut. Wetenschappelijke bronnen bewijzen dat een sterk beeld het menselijk organisme stimuleert dat te realiseren. Een organisatie, zelfs een maatschappij, is ook een organisme.

Vier niveaus van ontspannen brengen rust voor contact met innerlijke beelden. Even alles stil zetten en rustig op eigen ademhaling letten, 3 keer uitademen met aandacht.

1. een eenvoudige herinneringsbeeld herbeleven: 'jouw meest rustgevende beeld'. Concentreren op een voorwerp of een geometrische tekening.
2. Een begeleide ontspanning-: geef aandacht aan ieder lichaamsdeel en ontspan dat extra.
3. Een imaginatie waarbij diepgaand een ontspannen wandeling wordt gedaan. Gesuggereerd wordt de beleving van alle zintuigen in een landschap, een wandeling naar een meertje, een meditatieve concentratie zittend op een bankje en iets 'fantastisch' wat de ontspanning completer maakt. Dat kan een ontmoeting zijn, een speciale ervaring, het opkomen van een onverwachtse eigen wending of het vinden van een bijzonder voorwerp. Daar valt het licht op en je ben verrast.
4. Het kan ook de start zijn van de toekomstimaginatie die hierop volgt. We nemen je mee de toekomst in, zo'n vier tot vijf jaar verder.

Communiceren

Dan moeten de 'beelden' of 'zintuiglijke inzichten' communiceerbaar worden. Door middel van tekeningen, collages, foto's-, symbolische voorwerpen, metaforen of verhalen geeft iemand zijn 'beelden en intuïties' weer om het daarna te verwoorden. Het woordportret dat volgt op het beeld is van belang omdat er een gemeenschappelijke taal ontstaat over de betekenis van de inbreng. De semiotiek is de leer die helpt te beseffen hoe tekens en beelden verstaan worden (Roland Barthes). Hij benoemt een systematische benadering van tekens, een tekensysteem, beelden of beelden in een context-. Denoteren (wat zie ik precies aan aspecten), connoteren (wat associeer ik, wat roept het in mij op) en betekenis geven doet iedereen eerst voor de eigen beelden. Dan doen anderen op eigen verantwoording hetzelfde met de beelden van anderen: voor mij betekent dit beeld... Misschien verrijk ik hiermee wat jij zag. Interessant zijn vooral de overeenkomsten van de leden van het team. Bij het verder zoeken naar de gemeenschappelijke visie krijgen de verschillen uiteraard ook aandacht.

Groepsdynamica

Onverminderd spelen de technieken van omgaan met groepen en groepsdynamica voort. Ik ga ervan uit dat de gebruiker van deze methode al deskundig is in het omgaan met groepen en op de hoogte is van theorie en praktijk. Tijdens de training 'teamvorming' spelen de -fasen -van het ontstaan van een team tot het opheffen van het team, zowel forming, storming, norming, performing als ajourning blijven energie opeisen. Gaat het om besluitvorming dan zijn wij helemaal thuis-: beeldvorming, oordeelvorming, besluitvorming. Alles wordt geïntegreerd in elk creatief groepsproces.

Materiaal

Beeldmateriaal is steeds aanwezig evenals voorwerpen die als metafoor of symbool kunnen dienen. Geleide imaginaties en elke verkenning via beelden en zintuiglijke ervaringen sluiten aan bij de doelen en het zoeken van het team.

7.Afsluiting

Dit is mijn methode om het werken met 'beelddenken' over te brengen aan trainers en teams.

Het moet gekaderd en concreet overkomen. De vraag in beeld brengen kan al een eyeopener zijn, maar mag nooit afschrikken. Meestal spreekt de opdrachtgever al in beelden.

Beeldportretten van probleemeigenaar en de context nodigen uit tot een nieuw standpunt.

Incubatie volgt en in een levendige verbeeldingsrijke situatie dient de oplossing zich aan.

Realisatie wordt ondersteund door de intense beleving van de oplossing. Zoals Aristoteles al stelde: 'Een levendig beleefd beeld dwingt het hele organisme om dat te realiseren'

Beelddenken is een methode op zich. Op veel manieren wordt het talent ingezet. 'Gericht Beelddenken' in de praktijk zul je vaker herkennen. Misschien op het gebied van sport als bijvoorbeeld de kogelstoter zich concentreert. Hij verbeeldt het traject van de kogel. Dat is ook toepasbaar in de professionele context van innovatie. Metaforen doorbreken de vastgeroeste patronen en brengen verbeelding op gang. Symbolen genereren creatieve doorbraken. Visionair management is dan binnen bereik. Zo vonden Steve Wozniak en Steve Jobs grote drijfkracht in een visie die tot een wereldmarkt deed uitgroeien: Apple werd een begrip in elke huiskamer. Steve Jobs is een legende.

Een beeld inspireerde 10 jaar lang de NASA in de VS tot enorme technologische innovaties en prestaties; 'n man op de maan' Ik wens je een droomwereld van geluk en dat je de maan en de sterren van de hemel kunt plukken ook in een bewolkte nacht.

Auteur

Drs Ghislaine Bromberger is de drijvende kracht achter Stichting Creasson te Eindhoven. Als agoog gaf zij op het HBO begeleiding- en colleges 'kennis van cultuur' en 'cultuur semiotiek'. Zij specialiseerde zich als coach/counsellor in het effect van (dag)dromen -en beelddenken op de mens. Binnen organisaties integreerde zij deze werkmethode met haar trainerswerk in opleidingen en masterclasses Het motto van Creasson is 'mensen en teams in hun kracht helpen'. Beelddenken speelt een belangrijke rol in dit werk; het verbindt het zakelijke met het fantastische. www.creasson.nl , www.bromberger.nl

Literatuur

In 't Veld, M.B en Groot, Roel, de 2004 Beelddenken en begripsdenken: een paradox? Uitg Agiel, Utrecht. Aspecten van beelddenken in wetenschap en praktijk

Bromberger, Ghislaine, 2004 De kracht van Beelddenken, een creatieve manier om koers te bepalen, Boom Nelissen.

Bromberger, Ghislaine, 2007 Beelddenken als instrument bij coachen, Voorgrond, Jaargang 18 okt 2007. Leiden. De impact van beelden .

Bromberger, Ghislaine, 2011, Het coachingsmethodenboek. Red. Susan van Ass , Boom/Nelissen

Dijksterhuis, Ap, 2009, Het slimme onbewuste, Bert Bakker, Amsterdam. Het brein en de rol van intuïtief denken.

Silverman, Linda, 2002 Upside-down Brilliance, The Visual Spatial Learner, DeLeon Publishing, Denver US. Beelddenkers en hun briljante brein

Verder

Abrezol, Raymond, (2007), Vaincre par la sophrologie, Exploiter son potentiel physique et psychologique, Paris: Éditions Lanore

Barthes, Roland, (1970), L'Empire des signes, Paris: Seuil.

Ferruci, Piero, (2009), Beauty and the Soul: The Extraordinary Power of Everyday Beauty to Heal Your Life, New York: Tarcher/Penguin

Gardner, Howard, (2002), Soorten Intelligentie, Amsterdam: Nieuwezijds

Jung, Carl G, (2011), De mens en zijn symbolen, Rotterdam: Lemniscaat

Samuels, Michael, (1975), Seeing With The Mind's Eye: The History, Techniques and Uses of Visualization, New York: Random House

Sartre, Jean-Paul, (1969), Het imaginaire, Fenomenologische psychologie van de verbeelding, Meppel: Boom

Sheikh, Anees.A. (Ed.), (1983), Imagery: Current Theory, Research and Application. New York: Wiley

Daniel Tammet 2009, Embracing the wide sky. | Hodder & Stoughton General

Wollants, George, (2007), Gestalttherapy, therapy of the situation, Turnhout: FMS