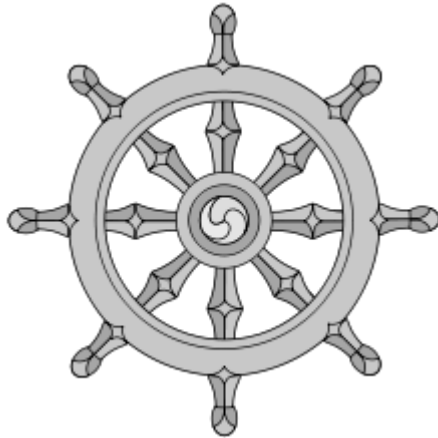


Eigen Baas

de beste die je
ooit zult hebben



*Praktische gids voor menselijke
vaardigheden in tijden van internet*

Hein van Steenis

Calbona Uitgeverij

www.calbona.nl

info@calbona.nl

Dit boek gebruikt ideeën uit mijn Amerikaanse boek *How to plan, develop and use information systems – A guide to human qualities* (Dorset House), maar is algemeen gericht en sterk uitgebreid met nieuwe inzichten.

Tekeningen daaruit zijn overgenomen met toestemming van de uitgever. Een illustratie in Fig. 2.3 is overgenomen uit *Psychologie* van Heuvelman en Gutteling (Boom, 1997). De cartoon van Peter Steiner (*The New Yorker* van 5 juli 1993) in Fig. 4.3 en de piramide van Maslov in Fig. 7.1 komen van Wikipedia. Het dharmawiel op de vorige bladzijde is een Indiaas begrip dat *de wezenlijke natuur van iets of de natuurlijke wetmatigheid die eraan ten grondslag ligt* betekent; het volgen van de dharma heeft betrekking op het pad van het menselijk welzijn in de ruimste zin (Wikipedia)

De boektitel is geïnspireerd door de zinnen: "Work for yourself. That's the only boss you can ever trust" (Harlan Coben *Caught*, 2010). Omslagfoto van de Sabre Spirit, gebouwd door Sabre Yachts in Casco, Maine; de foto is gemaakt door Billy Black; gebruikt met toestemming.

Met veel dank aan Anne Martine, Minke, Joyce, Marijke en Wiesje voor hun commentaar op eerdere versies. Speciale dank aan Hans die me behoedde voor veel taal- en denkfouten, en constructief heeft meegedacht.

ISBN: 978-94-91254-83-3

NUR: 600 Non-fictie informatief/professioneel algemeen

NUR: 770 Psychologie Algemeen

NUR: 801 Management Algemeen

© 2013 H. van Steenis (hein@vsteen.nl)

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt worden gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm, geluidsdrager, elektronisch of op welke andere wijze ook en evenmin in een retrieval systeem worden opgeslagen zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Hoewel dit boek met zeer veel zorg is samengesteld, aanvaarden schrijver noch uitgever enige aansprakelijkheid voor schade ontstaan door eventuele fouten en/of onvolkomenheden in dit boek.

No part of this book may be reproduced in any form by print, photo print, microfilm or any other means without written permission from the author/publisher.

Inhoud

INLEIDING	1
DEEL I DE NIEUWE OMGEVING: VERANDERINGEN DOOR INTERNET	5
1. DE MENSELIJKE SAMENLEVING	7
<i>Veranderingen en onzekerheden</i>	7
<i>Veel opties</i>	9
<i>Subjectieve indrukken</i>	10
<i>Aandacht en verveling</i>	13
<i>Hulpmiddelen en onze hersenen</i>	15
<i>De @-cultuur</i>	16
<i>Ter overdenking</i>	18
DEEL II PROCESSEN: ALGEMENE MENTALE PROCESSEN.....	21
2. MENSELIJKE VAARDIGHEDEN – INLEIDING	23
<i>Subjectieve (voor)oordelen</i>	25
<i>Ons nieuw, adaptief onbewuste</i>	28
<i>Ter overdenking</i>	30
3. PERSOONLIJKE MENTALE PROCESSEN	33
<i>Perceptie</i>	34
<i>Conceptie en cognitie</i>	38
<i>Werkgeheugen</i>	41
<i>Referentiekader (mindset)</i>	43
<i>Reinforcement door feedback</i>	47
<i>Selectie</i>	50
<i>Leren</i>	53
<i>Mentale energie</i>	58
<i>Stress</i>	61
<i>Ter overdenking</i>	64
4. INTERPERSOONLIJKE MENTALE PROCESSEN	67
<i>Verschijningsvorm</i>	68
<i>Rol</i>	70
<i>Context en tijd</i>	75
<i>Suggestie en de self-fulfilling prophecy</i>	78
<i>Groepsdenken en de verborgen agenda</i>	81
<i>Chemie</i>	85
<i>Conformiteit en assertiviteit</i>	87
<i>Integriteit</i>	89
<i>Rituelen</i>	91
<i>Ter overdenking</i>	94

DEEL III	MIDDELEN: OVER TAAL EN VERTROUWEN	97
5.	TAAL EN PROTOCOLLEN	99
	<i>Ambigue natuurlijke taal</i>	100
	<i>Nonverbale communicatie</i>	103
	<i>Precieze formele talen</i>	105
	<i>Protocollen</i>	105
	<i>Ter overdenking</i>	107
6.	VERTROUWEN	109
	<i>De vijf cirkels van vertrouwen</i>	111
	<i>Cirkel 1 Vertrouwen in je zelf</i>	112
	<i>Cirkel 2 Relatievertrouwen</i>	113
	<i>Ter overdenking</i>	118
DEEL IV	RESULTATEN: DE WEG NAAR ZELFONTPLOOIING	123
7.	EFFECTIEVER FUNCTIONEREN	125
	<i>Wat zoekt een mens?</i>	125
	<i>Beter functioneren</i>	127
	<i>Zelfontplooiing: Waartoe? Waarheen?</i>	128
	<i>De weg naar klasse en kwaliteit</i>	130
	<i>Valkuilen</i>	131
	<i>Een betere zelfontplooiër worden</i>	133
	<i>Ter overdenking</i>	138
AFSLUITING		141
INDEX		143

Leonardo da Vinci

Michael Gelb beschreef zeven principes van Leonardo da Vinci (1452 – 1519), die de leidraad voor dit universele genie vormden:

Curiosità – Nieuwsgierig zijn, en blijven vragen, leren en verbeteren

Dimostrazione – Je kennis toetsen en van je fouten leren

Senzazione – Je zintuigen verfijnen om beter te zien en begrijpen

Sfumato – Open blijven staan voor veranderingen

Arte/Scienza – Denken met beide hersenhelften (gevoel en verstand)

Corporalità – Gezond van lichaam en geest blijven

Connessione – Innovatief en creatief denken en werken

Leonardo vond de parachute uit lang voordat iemand kon vliegen. Hij is een rolmodel voor de mensen die nodig zijn in deze tijden van internet. Hij wijst de weg naar het sterker op eigen benen staan in de nieuwe virtuele wereld van internet – het thema van dit boek.

Eigen baas – de beste die je ooit zult hebben

Omwille van de eenvoud heb ik overal in dit boek de woorden 'hij' en 'hem' gebruikt, niet 'zij' en 'haar'; dit is zeker niet seksistisch bedoeld. In plaats van de u-vorm heb ik gekozen voor de je- en jij-vorm omdat dit minder afstand scheidt; dit is zeker niet oneerbiedig bedoeld.

Vaak zijn opsommingen gebruikt om de structuur van complexe onderwerpen zo overzichtelijk mogelijk weer te geven. Ik geef geen gedetailleerde literatuurreferenties omdat Google die referenties eenvoudig vindt aan de hand van de indexgegevens.

Veel citaten zijn afkomstig uit het *Groot Citatenboek* van Gerd de Ley (Fontein, 2001); de namen van hun auteurs staan in de index achterin. R.W. Emerson zei dat hij citaten haatte, "Vertel me wat je weet." Maar ik hoop dat ze hier een zinvolle onderbreking van de tekst geven.

Inleiding

Er zijn meer zaken in hemel en aarde,
Horatio, dan waar je in jouw filosofie van
dromen kunt.

– W. Shakespeare, *Hamlet*

Wij denken ons zeer bewust en rationeel te gedragen, maar wetenschappers hebben recent ontdekt dat ons gedrag meestal onbewust is; gedrag waarvan we ons niet bewust zijn. Volgens hersenonderzoeker Dick Swaab (*Wij zijn ons brein*) zouden we zelfs niet eens beschikken over een vrije wil. Dit onbewuste is makkelijk beïnvloedbaar zonder dat we het merken, waardoor we kwetsbaar zijn in tijden van grootschalig internetgebruik.

Maar ik bepaal toch zelf wat ik doe?

Psychologische proeven tonen aan dat wij mogelijk zelfs voor 95% onbewust reageren. Wij menen allemaal bewuste, rationele mensen te zijn, maar het blijkt dat wij ons onbewust gedrag vaak achteraf rationaliseren – en dát dan als rationeel ervaren. Op zich is dat niet verontrustend, want de meeste mensen gedragen zich desondanks prima. Blijkbaar beïnvloeden we elkaars onbewuste meestal positief!

Wat is dan het probleem?

Door de grootschalige invoering van internet, zien we elkaar minder in persoon en beïnvloeden we elkaar minder. We communiceren virtueel via internet en zijn daarom vaker ‘samen alleen’ met een mobieltje in de hand. Elkaar positief beïnvloeden doe je niet meer via een tweet van 140 tekens, inclusief spaties. Ernstiger is dat we nu onbewust eenvoudiger via internet beïnvloed (gemanipuleerd) kunnen worden. Internet – dat van advertenties leeft – biedt daarvoor veel nieuwe subtiele mogelijkheden. Denk maar aan *phishing*, *grooming*, Facebook, twitter enzovoort. En wie weet wat er na de eerste 10 jaar grootschalig internet nog gaat komen...?!

En hoe kunnen we ons tegen zulke manipulatie verdedigen?

We moeten ons hiertegen verdedigen door een beter zelfinzicht. De touwtjes meer in eigen hand houden en zo meer eigen baas te zijn. De Teldersstichting riep in 2012 op tot meer aandacht voor de menselijke factor (karakter, kritische geest, zelfredzaamheid, relativiseringsvermogen) in het onderwijs. Maar dat zullen we állemaal – niet alleen kinderen – moeten doen in tijden van internet!

We moeten zelf onze touwtjes meer in handen houden door een beter besef van onszelf en van anderen, om geen speelbal van onbekenden te worden. *Eigen Baas* is een gids voor menselijke vaardigheden die je hiervoor kunt gebruiken. Vaardigheden die hoe dan ook voor iedereen nuttig zijn. Deze praktische gids is gericht op individueel gebruik, niet op hoe anderen gemanipuleerd kunnen worden.

Eigen Baas – de beste die je ooit zult hebben, is geen doe- of zelfhulpboek. Het biedt een overzicht van veel ideeën die je naar believen kunt gebruiken om je zelf te versterken door een beter besef van je eigen gedrag en dat van anderen. Voor details wordt verwezen naar de originele bron. Ik heb deze uitvoerige gids geschreven aan de hand van wat ik hierover uit nieuwsgierigheid gelezen heb, aangevuld met eigen ervaringen en meningen, want ik ben geen psycholoog of hersenonderzoeker.

Het boek is opgezet in vier delen:

- I. **DE NIEUWE OMGEVING:**
Veranderingen door internet – je nieuwe omgeving begrijpen
- II. **PROCESSEN:**
Algemene mentale processen – je gedrag en dat van anderen begrijpen
- III. **MIDDELEN:**
Over taal en vertrouwen – de basis voor ons denken en handelen
- IV. **RESULTATEN:**
Effectiever functioneren – de weg naar meer zelfontplooiing

In Deel I wordt onze nieuwe omgeving verkend – wat verandert er en waarom zijn die veranderingen belangrijk, want ogenschijnlijk verandert er niets: je krijgt er alleen veel extra mogelijkheden bij dankzij internet.

In Deel II worden de mentale processen behandeld die belangrijk voor ons zijn om effectiever te kunnen functioneren en communiceren.

In Deel III komen de belangrijkste middelen aan bod die we hierbij kunnen gebruiken: taal en vertrouwen.

Deel IV trekt de conclusies uit het voorafgaande: hoe kun je door het nieuwe besef effectiever gaan functioneren in de nieuwe omgeving?

Na elk hoofdstuk staan vragen in Ter overdenking, om je inzicht te verdiepen. Tot slot is er een uitgebreide index.

Deze gids kan van begin tot einde gelezen worden, maar de vier delen zijn zelfstandig en kunnen ook apart gelezen worden. Desgewenst kun je beginnen met de conclusies in deel IV en de eerste drie delen als referentie gebruiken.

Almere, november 2013

Hein van Steenis

Deel I

DE NIEUWE OMGEVING: Veranderingen door internet

1. De menselijke samenleving

Over de omstandigheden waarin mensen leven en werken, de omgeving waaraan de mens zich moet aanpassen – enkele belangrijke eigenschappen van onze nieuwe samenleving.

Dit eerste hoofdstuk bespreekt de omgeving waarin we leven en werken, en waarin we moeten passen om zo effectief mogelijk te zijn. Ogenscheinlijk verandert er niets, we krijgen alleen de beschikking over heel veel nieuwe mogelijkheden dankzij internet. Maar in werkelijkheid zijn de consequenties van het gebruik van internet groot, en we moeten het effect daarvan goed gaan begrijpen.

1. De menselijke samenleving

Mensen verschillen sterk en leven in verschillende omstandigheden, dus beperk ik mij hier tot enkele van de meest relevante algemene aspecten van onze samenleving. Mensen kunnen niet los gezien worden van de omgeving waarin ze leven en werken, ze zijn daarin opgegroeid en hebben zich daarin aan elkaar aangepast. Het volgende overzicht geeft enkele kenmerken van de nieuwe omgeving die ons mensen gaat vormen en waarin we moeten functioneren.

Veranderingen en onzekerheden

Hoe onzekerder de mens is,
hoe banger hij is voor flauwekul.
–Kamagurka

Ruim 2000 jaar geleden zag de filosoof Heraclites een stromende rivier en merkte hij op dat alles steeds verandert – veranderingen van het land, het water, de wolken. De wereld is inmiddels veel complexer geworden door allerlei nieuwe technologie, wat deze waarheid versterkt. Niets is zo blijvend als veranderingen. Vijftig jaar geleden had je een baan voor het leven; er waren grote bedrijven die jaren bestonden en nog vele jaren zouden blijven bestaan. Voor alle bedrijven is de toekomst nu onzeker, ze worden opgekocht, in delen gesplitst en weer doorverkocht. Door de mondialisering en het op steeds grotere schaal produceren, worden producten steeds goedkoper, waardoor onze economische infrastructuur veranderen en onze omgeving steeds sneller wijzigt.

De ontwikkeling van internet, computers en telecom zorgt daarnaast voor onvoorstelbaar grote veranderingen die steeds sneller op ons af komen. Deze mondiale veranderingen zijn niet tegen te houden en onherroepelijk. We hebben daarom de zekerheid dat er door alle veranderingen steeds meer onzekerheden komen, die ons steeds meer in verwarring zullen brengen.

Door nieuwe technologieën als mobiele communicatie en internet, zijn we overal en altijd bereikbaar en kun je te horen krijgen dat je vriend een aanrijding heeft gehad; dat er een ongeluk op de weg is dat file veroorzaakt; dat je ergens direct moet komen want er is paniek; dat een mobieltje plotseling dienst weigert en je begrijpt niet waarom, enzovoort. Elke dag komen er nieuwe mogelijkheden bij, waardoor we minder goed weten welke we moeten kiezen. We gaan zoveel mogelijkheden gebruiken dat we daarvan afhankelijk worden – we zijn ontregeld als internet een dag niet werkt. Het gevoel dat je steeds met veel onverwachte zaken geconfronteerd kunt worden, schept onzekerheid. De meeste mensen houden niet van veel verrassingen, en worden daardoor onzeker – onzekerheid verhoogt de stress waarmee we leven, en dat beïnvloedt ons functioneren.

Daarom zoeken wij op essentiële punten zoveel mogelijk zekerheid. Beter de oorzaak van iets te weten dan te moeten leven met onzekerheid. Toeval wordt steeds minder geaccepteerd, vandaar dat tegenwoordig alles gemeten moet worden en in cijfers uitgedrukt. We horen graag vóóraf dat het netwerk of de snelweg op een bepaalde tijd gesloten wordt vanwege onderhoud, of dat het papier in de printer op is. We verwachten een e-mail die ons voorbereidt op het toesturen van tickets, of de tijdige aankondiging van een bijeenkomst zodat je die kunt inplannen. We worden sterker beïnvloed door een afwijking van onze verwachtingen dan door hun verwezenlijking – want die verwachten we. Nieuwe ideeën moeten daarom vooraf ‘in de week’ gelegd worden, willen ze niet direct afgewezen worden. Niet alleen op het werk, maar ook thuis. —Dit is niet nieuw, maar speelt sterker door internet en zijn mogelijkheden voor communicatie.

Door de komst van internet komen we daarnaast steeds meer terecht in een virtuele wereld met zeer oppervlakkige contacten, vergeleken met eerdere directe, persoonlijke contacten. Daardoor leren we veel minder van en over elkaar, waardoor misverstanden eenvoudiger kunnen ontstaan. Aan iemands gezicht en manier van spreken zie je intuïtief of iemand iets serieus bedoelt of dat het een grapje is; bovendien kun je een mogelijk foutieve indruk direct proberen weg te nemen. Bij virtueel communiceren van de woorden alleen lukt dat niet, waardoor eenvoudig mis-

verstanden kunnen ontstaan; dit speelde al eerder bij schrijven. Je kunt in een e-mail of blog nooit alle mitsen en maren aangeven, dan wordt hij onleesbaar. Bovendien kun je via internet er nooit zeker van zijn dat iets is wat het lijkt of bedoelt te zijn, want alles kan voor de ander een mogelijk bedrieglijke verschijningsvorm krijgen. Daardoor zorgt internet voor steeds meer onzekerheid in ons leven.

Inspelen op de verwachtingen van een ander is niet eenvoudig, want daarvoor moet je je kunnen verplaatsen in de gedachtewereld van die ander. Dat wordt moeilijker als je mensen minder vaak ziet. Sommige mensen doen dit inspelen van nature of hebben geleerd dat te doen. Het bekende cliché hierover is de tweedehands-autoverkoper die begint met het vissen naar en het scheppen van de verwachtingen van de potentiële koper, om die vervolgens naadloos in te vullen. Maar dat werkt alleen bij persoonlijk contact, niet via internet.

Veel opties

Bij ons mag iedereen kiezen, behalve als je gek bent, dan mag je alleen gekozen worden.

—Fons Jansen

We krijgen steeds meer opties, alternatieve mogelijkheden waaruit we kunnen kiezen. Soms is er sprake van zo veel keus dat kiezen moeilijk wordt: keuzestress. In de supermarkt zijn er mogelijk wel 50 soorten pasta, en welke moet je kiezen? In plaats van dat je nu dit gaat doen, zijn er honderden andere mogelijkheden om iets anders te doen. In plaats van het lezen van dit boek, kun je ook tv kijken (507 zenders volgens Bruce Springsteen), een van de duizenden gedownloade liedjes beluisteren, iemand pingen, bloggen, wat gaan drinken, gaan sporten en noem maar op. Je moet je steeds vaker afvragen wat je wilt doen en hoe je dat gaat doen. Internet biedt zo veel opties dat je zelfs verslaafd kunt raken aan het zoe-

ken naar en vergelijken van dingen. Vaak kun je niet kiezen, of vraag je je af of je wel de juiste keuze gemaakt hebt.

Een overvloed aan opties betekent een extra belasting voor onze menselijke geest. We moeten steeds vaker een keuze maken en kunnen ons daardoor minder concentreren op wat we moeten doen. Daardoor worden we onrustiger en minder effectief. Meestal weten we niet waarom dat zo is of hoe dat komt.

Subjectieve indrukken

“...wat ik heb trachten te zeggen heeft veel gemeen met het oude Indiase verhaal over zes blinden en een olifant. De eerste blinde pakt een slagrand en beweert dat het dier op een speer lijkt. De tweede, die een zijkant betast, verklaart dat het net een soort muur is. De derde, die een poot omarmt, beschrijft het als een boom; en de vierde, die zijn slurf vasthoudt, is geneigd te denken dat het net een slang is. De vijfde, die zijn oor voelt, denkt dat het op een grote waaier lijkt; en de zesde, die zijn staart te pakken heeft, zegt dat het meer op een stuk touw lijkt. Hun begrip zou verder bemoeilijkt worden [...] als de olifant zich in beweging zou zetten. [...] De beweging van de olifant zou waarschijnlijk hun hele begrippenkader overhoop gooien en de taak om tot een eensluidend begrip te komen nog moeilijker maken.

—G. Morgan (naar J.G. Saxe)

“De mens is de maat van alle dingen,” stelde de Griekse sofist Protagoras 2500 jaar geleden. De waarheid is subjectief omdat mensen verschillende meningen en zienswijzen hebben – dat maakt mensen uniek. Anaïs Nin stelde: “We zien dingen niet zoals ze zijn, we zien dingen zoals wij zijn.” Ieder mens heeft een unieke visie die de indruk van een fysiek voorwerp of abstract idee ‘kleurt’ door de eigen omstandigheden, meningen en misvattingen. Het begrip ‘factuur’ betekent voor de persoon die hem opstelt iets heel anders dan voor dan de persoon die hem op een doos plakt of de ontvanger die hem moet betalen – al is het steeds hetzelfde stukje papier. Ieder mens ziet een aspect en identificeert dat met het geheel. Bovendien zijn we vaak blind voor de dingen die we niet willen zien.

Wij zien vooral de aspecten die ons aanspreken, die passen in ons verwachtingspatroon. Dat veroorzaakt dat wat debet is voor de een, credit is voor een ander. Zelfs als je verschillende mensen vraagt om een potlood te beschrijven, komen er veel verschillende antwoorden. Laat staan als het gaat om een containerbegrip als 'muur', dat naast de gewone zes betekenissen (in Van Dale) een extra betekenis heeft voor een Chinees, Jood of gevangene. Vrijwel alles in onze omgeving is ambigu, heeft andere betekenissen voor verschillende mensen. Met als consequentie dat je er nooit echt zeker van bent hoe iemand anders iets ziet. Je moet dat vooraf verifiëren wil je er zeker van zijn dat je over hetzelfde praat – dat vereist veel communicatieve vaardigheden. Als een communicatie via internet loopt, is dat nog veel sterker nodig omdat je de ander niet ziet en zijn reactie niet kunt corrigeren.

Zelfs eenzelfde persoon kan dingen op verschillende manieren zien, denk maar aan sneeuwvlokken. Als je in de wind kijkt, vallen ze recht naar beneden. Als je naar links kijkt, vallen ze naar links en als je naar rechts kijkt, naar rechts! Naar welke kant vallen ze nu echt? Een definitie van 'de werkelijkheid' is daarom 'een met anderen gedeelde perceptie of indruk'.

Subjectieve indrukken hebben vergaande consequenties voor interacties tussen mensen en voor hun samenwerken. Omdat je nooit zeker weet of mensen iets op jouw manier zien, moet je proberen dat vooraf vast te stellen. Mogelijk is jouw zienswijze onjuist, kan dan blijken. Als er zo veel zienswijzen zijn, is het duidelijk waarom het ontwikkelen van complexe systemen zo moeilijk is. Ontwikkelaars en adviseurs moeten een systeem ontwerpen voor heel anders denkende mensen. Hoe ingewikkelder een systeem, hoe meer vooraf gepraat moet worden over zijn ontwikkeling, om misverstanden achteraf zo veel mogelijk te voorkomen.

Als je iets niet begrijpt, vraag dan altijd eerst wat ermee bedoeld wordt voordat je een oordeel uitspreekt: Ik begrijp iets niet ...? Kan iemand mij vertellen waarom ...? Eén keer vragen mag altijd, en vragen kunnen krachtiger werken dan uitspraken. Zie Fig. 1.1 voor de visualisering van de visies van groepen Amerikanen bij de ontwikkeling van een product.

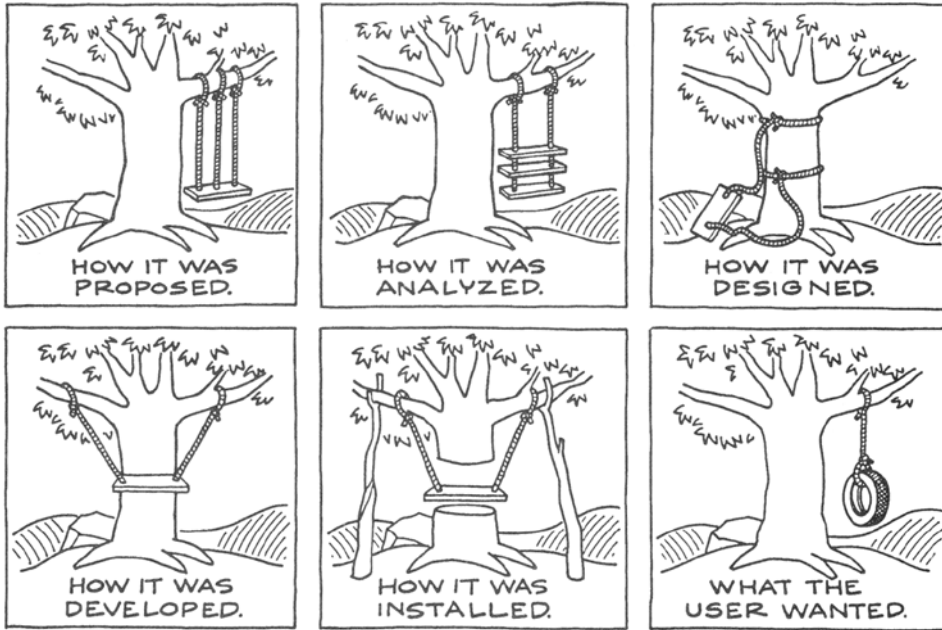


Fig. 1.1 Visies van de verschillende groepen bij de ontwikkeling van een product.

We gebruiken onze intelligentie en creativiteit om oplossingen voor ontstane situaties te zoeken. Mensen dachten ooit dat auto's niet geschikt waren voor massaproductie omdat er niet genoeg chauffeurs op de wereld te vinden zouden zijn. Vroeger dacht men ook dat telefoons nooit massaal populair zouden kunnen worden omdat er niet genoeg mensen voor de handbediende telefooncentrales beschikbaar waren. Topman Thomas Watson Sr van IBM dacht in de jaren 50 dat er over de hele wereld maar vijf computers nodig zouden zijn (om tabellen te berekenen; administraties werkten toen nog met ponskaarten en internet bestond nog niet). Technische oplossingen zijn nu mogelijk voor vrijwel alle problemen, en daarom is creatief denken steeds meer nodig. Daarvoor moet je denken dat iets altijd anders en beter kan.

Het gebruik van internet versterkt het gevaar van subjectieve indrukken omdat je elkaar minder vaak ziet en elkaar minder leert kennen. In internet is er geen controle op berichten en blogs; daarop kun je wel reageren, maar ze niet corrigeren. Iedereen kan daar vrijwel ongestraft van alles

beweren of laten zien, met alle trucjes die elektronisch mogelijk zijn – en dat gebeurt dan ook. De zogenoemde sociale media kunnen knap asociaal gebruikt worden. Daardoor ontstaan subjectieve indrukken veel gemakkelijker en worden eventuele misvattingen niet gecorrigeerd – wat problemen kan opleveren en onze onzekerheid vergroot. Wees daarom voorzichtig met conclusies over alle informatie via internet.

Samengevat: Onzekerheid ontstaat door veranderingen, door veel opties en door subjectieve indrukken. Internet versterkt dit in sterke mate. Onzekerheid kan ook ontstaan door ons uniek zijn – verschillend van anderen – waardoor onzekerheid bij anderen ontstaat. Als we allemaal hetzelfde zouden zijn, zou dat veel onzekerheid wegnemen. Volgens sommigen hebben we onze intelligentie ontwikkeld vanwege onze onzekere omgeving – die was nodig om daarin te overleven. Doordat de onzekerheden steeds groter worden, nam onze intelligentie toe, waardoor er meer onzekerheden ontstonden, enzovoort.

Aandacht en verveling

Het oprechtste compliment dat je
iemand kunt schenken is aandacht.

– Renate Rubinstein

Een steeds belangrijker wordend aspect van onze samenleving is aandacht, de valuta van onze nieuwe wereld waarmee de ‘gratis’ diensten betaald worden. We worden steeds meer overspoeld met allerlei beelden, geluiden en informatie die onze aandacht proberen te trekken. We profiteren van gratis websites, betaald met onze aandacht. Iets kan onze aandacht trekken ten koste van andere zaken. We hebben ook aandacht voor onszelf en onze kleding. En dan is er ook nog de aandacht van of voor iemand anders. Aandacht geven kost niets en aandacht krijgen wordt meestal als plezierig ervaren.

Aandacht speelt een belangrijke rol bij onze waarnemingen via het selectieproces, besproken in hoofdstuk 2. Als je iets verwacht, is je aandacht

daarop gericht en herken je het verwachte snel. Verder, richt iemand zijn aandacht op positieve aspecten (glas is halfvol) of op negatieve (glas is halfleeg)? Dat maakt een heel verschil! We hebben meestal meer aandacht voor de negatieve aspecten dan de positieve. We letten vooral op de uitzonderingen en hebben minder aandacht voor de dingen die we verwachten, de dingen die goed gaan. Mensen met een positief zelfbeeld blijken langer te leven en gaan geestelijk minder snel achteruit dan mensen met een negatief zelfbeeld.

Aandacht is een belangrijk aspect als we iets maken of doen voor een ander. We moeten zorgen dat mensen, bijvoorbeeld in een door ons ontwikkeld systeem, niet te maken krijgen met zaken die te veel aandacht behoeven, maar te weinig aandacht vragen is ook niet goed want dan slaat de verveling toe. Wetenschappers (*Motivation and Emotion*, november 2013) onderscheiden nu vijf soorten verveling: onverschillige verveling (wat kan het me schelen), kalibrerende verveling (de gedachten dwalen af), zoekende verveling (kan ik iets anders doen), reagerende verveling (rusteloos en agressief worden), en apathische verveling (lusteloosheid). Elke vorm kan optreden in verschillende intensiteiten.

Volgens psycholoog Sonja Lyubomirsky in *The myths of happiness* kun je gelukkiger worden door meer aandacht voor anderen te hebben. Wie ongelukkig is, is vaak te veel op zichzelf gericht. Om je af te leiden, richt je op anderen. Aardige dingen doen op de werkvloer of thuis, zorgt ook voor een plezieriger sfeer in je omgeving.

Gerelateerd aan aandacht is: reputatie, want er is altijd veel aandacht voor mensen met een grote reputatie. Internet kan helpen snel een reputatie op te bouwen, maar die is ook zo weer verdwenen, dankzij de snelle verspreidingsmogelijkheden van internet.

Dit zijn zeer algemene ideeën, want sommige mensen kunnen beter met aandacht omgaan dan andere. Let in ieder geval bij het invoeren van persoonlijke gegevens en foto's op de kleine lettertjes van sociale websites, want in internet is er altijd veel ongewenste aandacht voor jouw gegevens. Privacy is een groot goed dat je alleen met verstand moet prijsgeven. Dave Eggers schept in *The Circle* een luguber toekomstbeeld zonder privacy.

Hulpmiddelen en onze hersenen

De meeste mensen hebben een vrijwel oneindige capaciteit om dingen als vanzelfsprekend te beschouwen.

– A. Huxley

Nicolas Carr schreef onlangs *Het Ondiepe (The Shallows)* over de langetermijneffecten van constante toegang tot internet en stelde de vraag: “Maakt internet ons dom?” Hij stelt dat internet niet alleen een nuttig hulpmiddel is, maar dat het ook onze identiteit en zelfs de structuur van onze hersenen zal veranderen: “Vraag niet wat jij met internet doet, maar wat internet met jou doet.”

Carr haalt McLuhan aan die stelt dat “onze hulpmiddelen elk lichaamsdeel dat ze ondersteunen uiteindelijk ook zullen afstompen”. Ik ben niet zo bang voor Carr’s standpunt. Door beter te begrijpen wat ons mens-zijn inhoudt, kunnen we ons aanpassen. We moeten ons nu aanpassen aan internet en de nieuwe elektronische wereld, zoals onze voorouders zich al vele eeuwen lang hebben aangepast aan nieuwe technologie die nu gemeengoed geworden is.

“Als een hamer je enige instrument is, ziet de hele wereld er uit als een spijker”, stelde A.H. Maslov rond 1966. We hebben nu computers en die zullen we gebruiken, ook al gaat dat ten koste van onze persoonlijke contacten. Internet biedt echter alleen een vluchtige wereld, want het blijft gaan om de echte wereld en hoe je daarin kunt functioneren. Alle hulpmiddelen zullen invloed hebben op onze hersenen, sommige delen zullen groeien ten koste van andere die verminderen. Velen noemen zo’n aanpassing aan onze omgeving ‘de evolutie’ – die al eeuwenlang plaats vindt bij alles wat leeft. Het is nu eenmaal aanpassen of verdwijnen.

Veel belangrijker is dat we door de komst van internet minder informeel over en van elkaar leren en elkaar minder goed gaan begrijpen, want de persoonlijke contacten verminderen. We zijn meer ‘samen alleen’ (Turkle) met een mobieltje in de hand. We realiseren ons nauwelijks hoeveel in-

vloed sociale contacten hebben op ons dagelijkse functioneren. We hebben een enorme capaciteit om onszelf als vanzelfsprekend te beschouwen en zijn blind voor onze tekortkomingen. Maar we leren ongemerkt heel veel van elkaar in de echte wereld, al lijkt dat misschien niet zo. Het verminderen van directe contacten in tijden van internet moeten we leren compenseren door een beter besef van ons gedrag en dat van anderen.

De @-cultuur

Cyber-realisten zullen geloven dat een wereld gemaakt van bytes de zwaartekracht kan trotseren maar er is niets dat er op wijst dat het ook de wetten van de rede zal trotseren.

– E. Morozov

Andrew Keen schreef twee boeken over de gevaren van internet. Het eerste over de grote invloed van internet op onze culturele verworvenheden; het tweede over de digitale afgrond, hoe de huidige sociale online revolutie ons eenzamer en hulpelozer maakt. Zijn stellingen zijn nogal uitdagend, om niet te zeggen polemisch, maar hij geeft veel voorbeelden die duidelijk maken dat internet ongemerkt een overheersende rol in ons leven gaat spelen, en dat we moeten leren daarmee beter om te gaan. We zullen ons wel moeten aanpassen; de huidige economische crisis versterkt die noodzaak. De liberale Teldersstichting (VVD) pleitte onlangs voor extra aandacht in het onderwijs voor de menselijke factor: het ontwikkelen van karakter, kritische geest, zelfredzaamheid en relativiseringsvermogen – wat meer dan ooit nodig is in tijden van internet.

Aandacht voor de gevaren van internet is broodnodig want de sociale media zoals Facebook, Youtube en Twitter zijn aantrekkelijk en werken verslavend. Aandacht kun je daar gemakkelijk krijgen door op anderen te reageren, maar om de aandacht vast te houden moet je steeds gekker gaan doen – anders krijgt iemand anders alle aandacht. Het gevaar schuilt erin dat kinderen gaan denken dat internet de wereld is in plaats van de echte wereld. Alles gaat daar gemakkelijker, sneller en plezieriger dan in het

echt, maar ze leren minder wat de consequenties van hun gedrag in de echte wereld zijn. Daardoor verliezen ze sociale vaardigheden die ze in de echte wereld toch heus nodig hebben.

In *De Zwarte Kant van Sociale Media 2012* schetsen Duivenstein en Bloem de vele gevaren en gevolgen van excessief gebruik van mobiel internet en sociale media. Zij bespreken de angstaanjagende gevolgen van de sociale media, want die maken je: dom, asociaal, egocentrisch, en zelfs fysiek en psychisch ziek. Ons geheugen takelt af en we worden gemakkelijker een prooi van manipulatie en sensatiezucht. Door de aantrekkelijkheid van de sociale media worden vooral kinderen snel de dupe, en verliezen zij hun kritische vermogens. We moeten die gevolgen compenseren door sterker in onze schoenen te staan, en het goede voorbeeld te zijn voor kinderen. Zie ook *The net delusion: the dark side of internet freedom* van Morozov.

Afgezien van zulke gevaren van sociale media, computervirussen en andere effecten van internet, moet je het grote belang van privacy begrijpen. Je kunt in internet niemand vertrouwen die je niet persoonlijk kent en je moet de virtuele wereld van internet niet verwarren met de echte wereld. Als kind leerden we dat we geen snoepjes van vreemden mogen aannemen, maar internet en de sociale media bieden niets anders dan snoepjes aan. Op dit moment speelt de kwestie dat Google allerlei zaken voor je wil bewaren, als je hun het eeuwigdurende royaltyvrije recht verleent om al jouw informatie te verveelvoudigen, openbaar te maken en te verspreiden – dat is mogelijk als je met een vinkje hun voorwaarden accepteert. Morgen is het weer wat anders. Echt gratis bestaat vrijwel niet in internet, en daarop moet je beducht zijn.

Elke nieuwe technologische oplossing introduceert een veelvoud van nieuwe problemen, die we moeten leren begrijpen voordat we die technologie zonder veel problemen kunnen gebruiken. Dat speelt met internet en sociale media nog sterker dan gewoonlijk omdat deze technologie zo veelomvattend en indringend is, en zeer snel ingevoerd raakt. We staan nog maar in het prille begin van de onbegrensde mogelijkheden van internet, dus er zal meer op ons afkomen.

Omdat alles zo snel en ingrijpend verandert door internet, wordt het belangrijk om steviger in je schoenen te staan en kritischer in het leven te worden, om jezelf overeind te houden in de turbulentie van het nieuwe dagelijks leven. Dat stimuleren is ook een doel van dit boek. We hoeven en kunnen niet allemaal een Leonardo da Vinci worden, maar we kunnen wel ernaar streven om ons functioneren en communiceren te versterken.

Samenvatting

Wij moeten ons aanpassen aan de steeds sneller veranderende en onzekerdere menselijke omgeving en de beschikbaar gekomen nieuwe hulpmiddelen. Meer opties en subjectieve indrukken verdelen onze aandacht, waarbij we alert moeten blijven op het vinden van goede oplossingen om stevig overeind te blijven in tijden van internet. We kunnen goede oplossingen in onszelf vinden door onszelf en anderen beter te begrijpen. Dat vereist meer besef van hoe mensen functioneren en communiceren, onderwerp van de volgende drie hoofdstukken (2, 3 en 4).

Ter overdenking

1. Lees een boek dat het alledaagse leven van zo'n 60 jaar geleden beschrijft, bijvoorbeeld *De Avonden* van Gerard Reve, en vergelijk dat met de huidige tijd. Wat zijn de verschillen en overeenkomsten in het tempo, de onderwerpen waarover gesproken werd en in wat men deed? Conclusie?
2. Gesteld dat je de tijd ervoor zou hebben, wat zou je allemaal op dit moment kunnen doen (anders dan dit boek lezen) met de mogelijkheden waarover je beschikt? Afgezien van alle andere mogelijkheden, wat kan je met je computer via internet allemaal doen?
3. Cathy Davidson stelt in haar boek *Now you see it: how brain science of attention will transform the way we live, work and learn* dat werken en vrije tijd gaan samenlopen. We zullen meer moeten gaan multi-

tasken en attent moeten worden op afleidingen want veel werkzaamheden vereisen een geconcentreerde aandacht. Kinderen leren veel vanzelf in de nieuwe omgeving, maar volwassenen moeten dit doelgericht gaan doen. En als je denkt dat leeftijd je hierbij beperkt, dan zal dat ook zo zijn – en omgekeerd.

4. Te veel aandacht voor jezelf kan ertoe leiden dat je je onnodig zorgen gaat maken over jezelf. Je kunt zulke zorgen en angsten overwinnen door je aandacht aan andere mensen of dingen te schenken. Keus genoeg in de huidige wereld waarin veel vraag is naar betrokken vrijwilligers en mantelzorgers voor zinvolle taken.
5. "Hij zei dat ze het niet met hem eens was. Nee, zei zij, dat was niet waar, hij was het niet met haar eens. Dit ging over de hordeur." (Lydia Davis) – over de hordeur die al dan niet 's ochtends open kon blijven staan.
6. Probeer eens bepaalde mensen meer aandacht te schenken door te informeren naar hun werk, hobby's of thuisfront. Gaf dat het resultaat dat ze omgekeerd meer aandacht voor jou hadden? Vond je dat plezierig of vervelend?
7. In de klas (basisschool) van een van onze kleinkinderen werd het onderwerp 'Vroeger' behandeld, met een tentoonstelling van voorwerpen van vroeger, en wij (ouderen) vertelden over vroeger. Een van de jongens vroeg: "Maar als jullie vroeger geen Nintendo's hadden, wat deed je dan de hele dag?" We vonden het moeilijk daar een voor hun bevredigend antwoord op te geven, maar we hebben ons toen toch echt geen moment verveeld. Kun jij goed aan je kinderen uitleggen wat er vroeger speelde en wat je allemaal deed?
8. Psychologen denken dat wij overtuigingen hanteren met slechts één doel: de voorspelbaarheid en onze zekerheid bevorderen in een onzekere wereld (Harry van Veen). Zou dit kunnen betekenen dat (nu de wereld veel onzeker geworden is) hoe vaster iemands overtuigingen, hoe meer behoefte aan voorspelbaarheid en zekerheid hij heeft? Zou dat de reden zijn waarom er nu meer meningen worden uitgesproken (bijvoorbeeld via internet en twitter) dan vroeger?