

Er zijn veranderingen op til

Er zijn veranderingen op til. Voel je ze ook? Voel je de turbulentie? Zie je de voorbeelden van mensen die uit het systeem willen breken? Die vanuit liefde en wijsheid zaken tot stand proberen te brengen die duurzaam zijn? Als je goed kijkt vind je ze.

Omkeringseffect

De filosoof Arnold Cornelis noemde het het tijdperk van communicatieve zelfsturing, Pine & Gilmore beschreven het als De Beleviseconomie, Boswijk cs hebben het over betekenisvolle belevingen, Greenleaf noemt het dienstbaar leiderschap, Herman Wijffels gebruikt de metafoer van 'stoplichtentijdperk' naar het 'tijdperk van rotondes', Beck heeft een holistische kijk op de wereld, Lazlo pleit om onszelf als onderdeel te zien van de natuur in plaats van onszelf erbuiten te plaatsen, de NRC had een artikel met Wijffels: 'De wereld moet op zijn kop' en Jenssen zet de piramide van Maslow ondersteboven.

Het lijkt wel een omkeringseffect van allerlei zaken. Hiërarchieën en systemen worden ter discussie gesteld, wijsheid wedijvert met regels, liefde met angst. Maar er is een soort collectief (onder)bewustzijn dat stuurt. Cornelis noemt dat de logica van het gevoel. Op basis van wat ons gevoel ons zegt leren we bij. We proberen methodes en denkwijzen uit waarmee we de complexe problemen van vandaag te lijf kunnen gaan voor een betere toekomst. Daarvoor is creativiteit nodig en zoeken we naar andere middelen. De creërende mens breekt los of liever leert bij. Hij leert dat het er geen oplossingen komen als hij blijft denken in het systeem dat de problemen veroorzaakt heeft.

In het paradigma van de nieuwe tijd krijgen we ook nieuwe communicatiemiddelen tot onze beschikking: de nieuwe media. Middelen waarmee we kunnen creëren, de dialoog kunnen voeren, waarbij de mens echt centraal kan komen te staan. Middelen die ons in staat stellen om bottom-up bezig te zijn met onszelf en de (geïnteresseerde) anderen, in plaats van passend binnen de nu overheersende topdown structuren ons monddood van het ene systeem naar het andere te slepen. Die nieuwe media zorgen ervoor dat we gehoord kunnen worden, dat we bij kunnen dragen aan een zinvollere context. Dit soort middelen schieten als paddestoelen uit de grond. Ik noem er een paar: weblogs, wikis, podcast, screencast, videologs etc. In essentie hebben ze allemaal gemeen dat het individu, zijn authenticiteit en zijn passies centraal staan en niet het systeem, de gevestigde orde, de hiërarchie.

Wat houden die middelen in?

Ze starten allemaal bij passie, bij het authentiek zelf. Bij het individu. Een individu dat niet als egoïstisch middelpunt centraal staat, maar een individu dat geconnect wil zijn met anderen. Hij wil creëren, gehoord worden, zijn passie neerzetten en laten zien. Maar wat zijn dat dan voor middelen?

Weblogs zijn eigenlijk gewoon dagboeken die bij gehouden op internet en die toegankelijk zijn voor het publiek of juist niet (omdat de blogger dat niet wil). De blogger schrijft zijn stukjes op basis van zijn passie, vanuit wat hij zelf ervaart, vindt, denkt, voelt. Niet omdat het moet, maar omdat hij dat wil. Hij kan schrijven wat hij wil, wanneer hij wil. Ofwel hij creëert en doet aan zelfsturing.

Een podcaster is eigenlijk digitale dj's. Hij voegt dus geluid toe, of liever gebruikt audio om zich te uiten, om bij zijn authentiek zelf te komen. Hij vertelt zijn 'verhaal'

dus niet met tekst zoals een weblogger, maar met behulp van audio. Screencasters vertellen hun verhaal met video. Net zoals videologgers. Een screencaster wil vaak iets laten zien of uitleggen, terwijl een videologger gewoon video wil creëren.

Wikis zijn lege documenten die je via internet kunt delen en waar je gezamenlijk aan/mee kunt werken. Er zit geen structuur in, die moet je zelf bedenken. Door samen te werken ontstaat er als vanzelf een document met een structuur e.d. Of juist niet. Ook hier dus weer zelfsturing en het nemen van verantwoordelijkheid,.

Zijn mensen die die nieuwe media toepassen nerds of technici?

Sommige wel, maar de meeste niet. De meeste zien het als hulpmiddel voor het delen van hun passie met anderen. Die anderen worden steeds belangrijker naarmate je aansluiting krijgt, geconnect raakt. Net zoals in de offline wereld. Bloggen kun je dus ook doen om verbinding te krijgen. Ofwel connecting & sharing. En daarbij is de kijkrichting steeds vanuit de mens in relatie met de anderen. Daarbij verandert het internet razendsnel van statisch archief waar je niets (of teveel) in kunt vinden naar een realtime, ongoing conversationstream. Een koffiekamer in het groot? Een denktank zonder grenzen? Allebei. Het was maar weer hoe jouw kijkrichting is. Door te connecten met de ander via internet ontstaat een fijnmazig web van verzamelde kennis, ervaringen en passies. Een oorverdovend lawaai van massaal gefluister. Elke seconde komt er een weblog, nee liever, een stem bij. En dat oorverdovend lawaai doet systemen kantelen, hiërarchieën wankelen en zorgt ervoor dat (collectieve) wijsheid exponentieel groeit.

En zijn die webloggers en zo dan altijd online?

Wel nee. Ze zetten gewoon de middelen in die hen het best uitkomen op een bepaald moment. En daar horen ook nieuwe media bij. Vraag aan een puber maar eens wat hij of zij van MSN chat vindt. Een middel dat niet meer weg te denken is. Is je zoon of dochter altijd online? Welnee. Onze kinderen zullen met de nieuwe media, het anders omgaan met structuren, met het co-creëren veel minder moeite hebben. Ze worden er nu al in ondergedompeld. Het zijn nu al media multitasking kids: met mp3 speler in het oor, de gsm voor sms bij de hand, zoekend op internet bij een huiswerkopdracht en tegelijkertijd chattend met vrienden. Kan dat? Ja dat kan. Is dat goed? Ja dat is goed. Ze leren dat problemen niet per definitieve lineair op gelost hoeven te worden en dat je van alles in kunt zetten op allerlei momenten. Ze laten het toeval gerust toe ('ha XXX is ook online, effe vragen').

Mensen die nieuwe media inzetten, krijgen ook een beetje datzelfde gevoel. Maar ook van vrij zijn. Zelf aan het stuur zitten. Gehoord mogen worden. Er toe doen. Een bijdrage kunnen leveren aan de context. Kunnen zoeken naar de eigen authenticiteit. Dat kan perfect met die nieuwe media. En om je eigen authenticiteit te kunnen (onder)zoeken leg je dingen vast. Om er later naar te kijken, op te kunnen reflecteren. Een soort lifecaching dus. Een soort fotoalbum maar dan anders.

Welke trends zijn er?

En natuurlijk zullen er andere middelen komen die ons helpen bij die communicatieve zelfsturing, bij ons persoonlijk leiderschap, bij het de mens centraal stellen, maar ze zullen allemaal passen binnen de trends superconnected, always-on en user in control (niet willen controleren, maar vertrekkend vanuit jezelf). Kunnen loslaten omdat je verbonden bent, in het netwerk zit. De lijntjes van het netwerk lopen ook via

jou, dus je kunt gerust loslaten. Je bent letterlijk en figuurlijk verbonden. Daar zorgen die nieuwe media voor. Verbonden met heel veel mensen (zo je dat wilt). Waarmee je in 'gesprek' bent.

En daardoor ontstaat een heel andere orde. Namelijk iedereen doet er toe, en iedereen heeft de mogelijkheid tot inbreng. Je hoeft je niet meer af te vragen, zijn dit de juiste mensen waarmee ik verbonden ben, want anders was je wel verbonden met andere mensen. Je hoeft je niet meer af te vragen of dit het juiste thema is waar je mee bezig bent, anders was er wel een ander thema. Immers het vertrekpunt is de authentieke mens zelf en niet een dominante samengeklonterde macht.

Nieuwe media maken dus ook nieuwe denkwijzen mogelijk. Het niet meer alleen maar uitgaan van reguliere media maar ook van burgerlijke journalistiek. Niet meer alleen maar het organiseren van reguliere conferenties maar het ontstaan van het per toeval samenkomen van gepassioneerde mensen rondom een bepaald thema (een unconference). Niet meer alleen maar een gladlopende powerpoint presentatie over consumerend publiek, maar ook een unpresentation, waarbij de deelnemers (nee geen publiek) bepalen wat er gebeurt en aan co-creatie doen. We zijn zelf betrokken en verantwoordelijk. Niet alleen maar leven volgens de regels, maar ook wijsheid toepassen met een menselijke maat.

Kunst is om als drijfveer uit te gaan van liefde en niet vanuit angst. Want in mijn opinie zijn dat de twee drijfveren: liefde en angst. En alle andere zijn er van afgeleid of schakeringen van. Inzet van nieuwe media is in de meeste gevallen het uitgaan van liefde. Want passie (in de goede gedaante) zit daar dicht tegen aan.

Hans Mestrum
Mei 2006



Sr. Strategic Business Developer Tulip Computers
Email: hmestrum@tulip.com



<http://www.hansonexperience.com>
<http://screencasting.blogs.com>
<http://www.tulip.com>

