

BLIKVERNUMING



| 01

CULTUUR

CREATIVITEIT

GROEI

TRANSFORMATIE

STRATEGIE



B

03

B

PAULA BUIT

STRATEGIE & COMMUNICATIE

06 215 445 18

INFO@PAULABUIT.NL

WWW.PAULABUIT.NL



PAULABUIT

Als een strandjutter op het strand,
vaap ik naar hertenlust onderwerpen op
die mij intrigeren.

Groei, cultuur, creativiteit, transformatie
en strategie trekken mijn aandacht.

Ik zie trends en ontwikkelingen
die ik graag met je wil delen.

Misschien ben jij hier ook
over aan het bedenken.

Ik doe een voorzetje om
elkaar te inspireren.

Dit is een mini-magazine
voor een dosis verwondering
en persoonlijke gedachtenbubbles.

En een goedmakertje omdat mijn
laatste nieuwsbrief alweer
een paar geleden is verstuurd

Ik wens je een fijne zomer toe
met tijd voor blikverfrissing!



Hartelijke groet,

Paula


DURF MEER TE VERTROUWEN OP WIE JE BENT

In een berichtje op LinkedIn lees ik dat een collega-strateeg zijn baan als reclamestrateeg heeft opgezegd en een eigen bedrijf is gestart. Als ecologisch tuinpionier. Hé, wat zeg je daar? Dit is oprecht een voorbeeld van ‘het roer omgooien’. Welke droom zit hierachter? Op een middag in mei bellen we met elkaar. “Hallo, met Kasimir Vermeulen.”

B

06



We kennen elkaar van een training over Brand Strategy. Ik ben geïntrigeerd door zijn besluit. Het nieuwe werkerterein lijkt niet te vergelijken met de communicatiewereld. **Zijn er overeenkomsten tussen communicatiestrategie en tuinontwerp?** “Mijn vaardigheden als reclamestrateeg komen goed

van pas in mijn nieuwe rol als ecologisch tuinpionier,” vertelt Kasimir. “Een goede briefing ophalen bij klanten, achterhalen waar mensen behoefte aan hebben. De verschillende wensen die partners hebben proberen te stroomlijnen is vergelijkbaar met een strategische puzzel. Met tussentijds een ‘kijkje in de keuken’ om mensen mee te nemen in het proces en een presentatie met verschillende conceptversies, net als bij het reclamebureau.

Met pakkende conceptnamen zoals, eetbare bostuin.” Het is een natuurlijke manier van werken waar Kasimir zo vertrouwd mee is. Maar in de tuinwereld ongewoon en dus onderscheidend.

**VERANDERING
IN GANG
ZETTEN**

Kasimir belt vanuit zijn bus. Hij heeft het inmiddels aardig druk met opdrachten en is onderweg.

Ik probeer het me voor te stellen; een werkbus met allerlei gereedschap en materialen midden in Amsterdam. **Hoe is het gevoel van koers willen veranderen ontstaan?**

“Om de drie jaar, hopte ik naar een nieuw reclame bureau. Daar werkte ik een tijd en dan vroeg ik vervolgens me weer af: ‘is dit het nu?’ Reclamestrategie worden was geen bewuste keuze, ik was zo maar in het vak gerold. Zo vergaat het veel mensen, denk ik. Via een studie economie kwam ik terecht bij een marktonderzoekbureau. Een paar stappen verder en ik was strategy director bij Energize. Ik wist niet of dit het nu was. Powerpoint slides maken met slimme teksten. Dat lag niet aan de verschillende bureaus maar aan het werkveld. Het begon steeds meer te kriebelen.”

KLEUR BEKENNEN

“Ik ben universitair opgeleid en heb carrière gemaakt. Het voelde gek.

“Ik ga toch geen hovenier worden? Het voelde minderwaardig”

Met je handen werken?”
Hoe vond je je richting?

“Ik ging soulsearchen, wat wil ik wel? Ik wilde meer buiten zijn, meer bewegen, iets tastbaars creëren. Klussen heb ik altijd al leuk gevonden. In mijn zoektocht kwam ik op ecologisch tuinontwerp. Ik werd er heel enthousiast van. Er zit een kleine wereldverbeteraar in me en hoe we het nu doen met z'n allen gaat niet goed.”

IN CONTACT MET JEZELF

“Ik moest over een cruciaal punt komen en bij mijn gevoel komen. Ik kreeg houvast door het levensverhaal van mijn ouders. Mijn vader werkte 40 jaar als ambtenaar. Hij wilde toen hij jonger was een eigen adviesbureau opzetten. Pa heeft die stap nooit gezet. Mijn moeder raadde het af, te onzeker. Het besluit is

samen genomen. Maar mijn vader heeft er wel altijd spijt van gehad. Ik stelde mezelf de vraag: zal ik er spijt van krijgen als ik deze kans mis als ik 80 ben? En hoe zou mijn leven eruit zien als ik geen actie onderneem? Dat gevoel uitvergroten gaf mij het laatste duwtje.”

LOSLATEN

Heb je tips voor mensen die ook verandering willen in hun leven?

“Durf meer te vertrouwen op wie je bent, is mijn advies. Ga het proberen. Voor jezelf kun je barrières opwerpen. Dit houdt je tegen om stappen te ondernemen. Serieus je gevoel onderzoeken en met een coach praten heeft mij erg geholpen. Ik ben gelukkig met de keuze die ik heb gemaakt. Het loslaten voelde als een verademing.”





GEVANGEN IN DE AANTREKKINGS- KRACHT VAN JE SMARTPHONE

Ooit gehoord van de ‘Luddite Club’? De 17-jarige Logan Lane uit Brooklyn, Verenigde Staten werd met heel haar denken en doen in de online wereld gezogen. Ze voelde zich zo gevangen door de aantrekkingskracht van haar smartphone dat ze besloot haar telefoon weg te doen. Dit veranderde haar leven. Ze startte de ‘Luddite Club’, een groep tieners die technologie en haar sluipende greep op ons hele leven afwijzen. En die beweging krijgt steeds meer navolging.

B
—
10

Cultuur

“I was constantly seeing something better that I could be, someone prettier, someone more artistic, and I developed this level of shame about who I wasn’t.” Logan Lane



De ‘Luddite Club’ ontleent zijn naam aan de 19e-eeuwse Luddite-beweging van Engelse textielarbeiders die in opstand kwamen tegen de negatieve impact die machines hadden op hun levensonderhoud. Logan koos de naam vanwege de rol van technologie in ons leven. Hoewel ze niet volledig technologie afwijst, is ze wel van mening dat de online wereld een te grote invloed heeft op haar. Volgens een onderzoek van Netwerk Mediawijsheid uit 2020 besteedt Gen Z , jongeren van 16 tot 25 jaar, gemiddeld 6 tot 7 uur aan het staren naar schermen: het bekijken van video’s, het scrollen van sociale media of het chatten met hun vrienden elke dag. Ik zie een tegentrend opkomen waarin jongeren maar ook volwassenen de controle over hun leven willen terugkrijgen door bewuster schermgebruik.

Logan vertelde haar verhaal in First Person (februari 2023), een podcast van New York Times Opinion met Lulu Garcia-Navarro. Iets meer dan twee jaar geleden begon Logan zich af te vragen of een leven met constante online verbondenheid eigenlijk wel een goede zaak was. Het transcript van het gesprek tussen Logan en Lulu geeft een waardevol inkijkje in het leven en het denkproces van de tiener die opgroeide met het internet. Ze spreekt over kwesties zoals sociale angst.

Lulu Garcia-Navarro

“I guess around 11 is pretty normal now for kids to get smartphones. Did your online habits change once you were able to have this device in your pocket?”

Logan Lane

“I think it introduced the aspect of falling asleep with my phone by my side. I could never do that with the computer because it was a desktop, but so now I could have it on-demand at all times. And so I had complete control over it. And my immediate impulse was to use it all the time. And so I was always texting my 11-year-old friends and mindlessly scrolling.”

Lulu Garcia-Navarro

“Before, you were in this more closed-in environment (primary school), but now you’re in the big world of high school, where all of a sudden, everyone can see you and who you are.”

Logan Lane

“Yeah. I’d get on the train to school — and getting on the train to school is like, everyone from the school takes the same train because it’s kind of in the middle of nowhere. And that always felt like it was the runway. Being on the train before school was like the runway, and it was like the social media in-person collision

because all of a sudden, you see everyone from school in this one concentrated environment. You won't necessarily see them in all your classes, but you definitely will on the train in the morning. I had to emulate that because people were actually seeing me."

En ze vertelt over de veranderingen op slaap en eigenwaarde.

Logan Lane

"So physically, I could not sleep. My sleep schedule was terrible. It was not regulated, and I would stay up late most nights. I also developed this indent on my fingers, where I would be holding my phone because I was just so frequently scrolling with my hands in a particular position that my fingers started shifting."

"And I think the rest of it's pretty — it's all more emotional than physical. But to go into that, I was just blatantly unsatisfied with myself. I was constantly seeing something better that I could be, someone prettier, someone more artistic, and I developed this level of shame about who I wasn't."

B

12

Veel volwassenen zijn ook verslaafd aan hun smartphone. Kinderen die proberen met je te praten terwijl je naar een scherm staart. Een herkenbaar beeld is ongetwijfeld ook het stel dat uit eten gaat en niet met elkaar praat. Ze zitten en hebben aandacht voor hun telefoon in plaats van aandacht voor elkaar. De telefoonverslaving stelt veel mensen, jong en iets ouder, in staat om niet meer zelf actief te hoeven nadenken. De standpunten van influencers over allerlei onderwerpen vliegen voorbij op je scherm. Zonder echte bewustwording of een expliciete keuze te hebben gemaakt, zijn we steeds minder vrij in onze gedachten geworden.

Het voorverpakte denken en de standaardbeelden die ons worden voorgeschoteld door slimme algoritmes, AI, ChatGPT etcetera. Het is een cultuur waarin data-analyse de variatie eruit perst. Martin Weigel, chief strategy officer bij reclamebureau AMV BBDO, pleit in zijn recente blog "Fighting the astro-turfing of culture" voor meer verbeeldingskracht.

"Om een betere toekomst te kunnen creëren door de gewenste en nodige transformaties, hebben we de kracht van verbeelding nodig." Martin Weigel

Martin Weigel

“Pop music, movies, genre fiction, TV dramas, blockbuster video games... the culture industries already recycle and reformulate familiar and simple formulae and basic elements, endlessly combining and remixing them in “new enough” ways. The consequence is that in both its practical workings and in its general orientation, values, aspirations, and behaviours, culture is beginning to look like “a solved equation.”

Martin cites Marshall McLuhan: “A peculiar form of self-hypnosis. Man remains as unaware of the psychic and social effects of his new technology as a fish of the water it swims in. As a result, precisely at the point where a new media-induced environment becomes all pervasive and transmogrifies our sensory balance, it also becomes invisible.”

Martin Weigel

“People have always adapted and evolved their habits and behaviours to new tools and technology. But else is now afoot. Something that is accelerating and amplifying these natural tendencies and appetites. One in which anything is endlessly open to categorisation, standardisation, replication, measurement, iteration, and optimisation.”

Analyse alleen is niet genoeg, want er zijn geen gegevens over de toekomst. Het is waardevol om verbeeldingskracht te hebben over die gewenste toekomst. Deze verbeelding vindt niet alleen plaats in het hoofd als een plaatje van een ideaal streefbeeld. Nee, het gaat juist ook om de realisatie van de gewenste toekomst. Creativiteit groeit vooral door doen en niet door alleen maar erover te praten. Kunstenaar, uitvinder en ontwerper Daan Roosegaarde zegt iets vergelijkbaars in een interview met Roek Lips (Nieuwe Leiders, 2022) als het gaat om verbeeldingskracht en vernieuwing.

Daan Roosegaarde

“Veranderen van perspectief is essentieel voor diversiteit in je hoofd. Alles verandert als je van perceptie verandert. Alleen lijken we weinig geïnteresseerd in een ander perspectief. Zijn we onze nieuwsgierigheid kwijtgeraakt, vraagt hij zich af? Als we de toekomst niet zelf gaan verzinnen of verbeelden, kunnen we haar ook niet bouwen. Het huidige gebrek aan nieuwsgierigheid kan leiden tot hokjesdenken en verkramping. Terwijl we juist verbeelding, diversiteit en nieuwe voorstellen nodig hebben en een betere toekomstige wereld. In de zoektocht naar transformatie is een belangrijke rol weggelegd voor de echte mens. Originele denkers en doeners die puur en kwetsbaar durven te zijn. Ik denk dat we daarvoor weer meer zelf dingen moeten ontdekken.”

Logan deactiveerde haar accounts op TikTok, SnapChat en Instagram. Ze voelde zich in het begin enorm alleen en het was moeilijk om mensen te vinden om mee te praten. Ze krijgt langzaam steeds minder het gevoel dat ze de goedkeuring van anderen nodig heeft. En gaat zelf meer initiatief nemen: bewust kiezen voor vrienden, meer boeken lezen, meer creatieve activiteiten met gelijkgestemden. Dit vormde de start van de 'Luddite Club'.

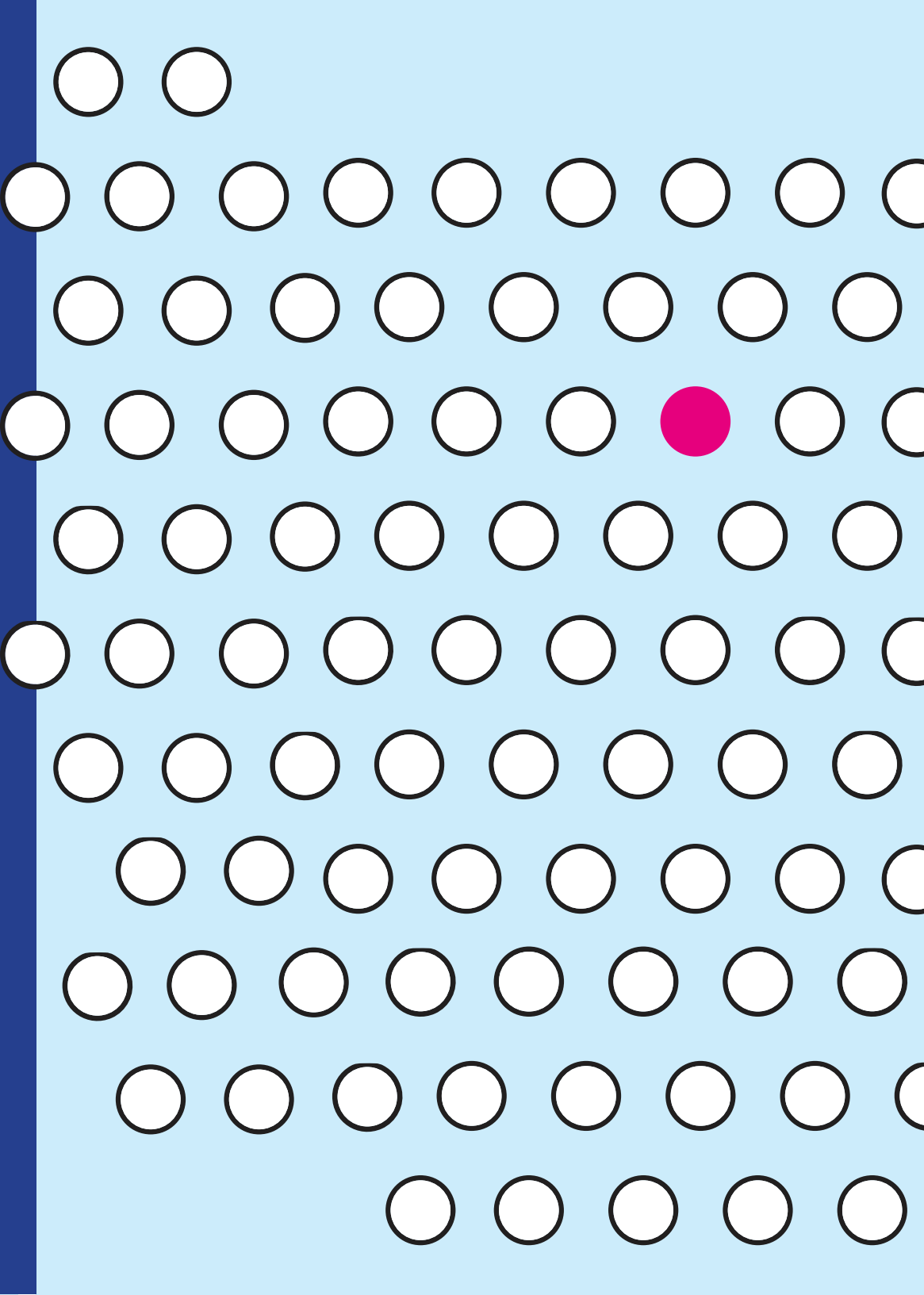
Logan Lane

"I definitely feel more confident now. My social anxiety has gone down. I do feel like I have more of a grasp on reality, whereas I was living in a sort of fantasy world before. I fear what will become of the authentic me when or if I get back online. I fear that I'll lose a part of myself — kind of getting sucked back into the machine."

Ik was nieuwsgierig of deze ontwikkeling zich ook in Nederland manifesteert. En ging op zoek. Ik vond meerdere voorbeelden op social media, zoals het verhaal van de 17-jarige Nio. Hij verloor zijn smartphone in de bus. Na het vloeken en de stress zonder een telefoon, volgde opluchting. "Ik ben blij dat-ie weg is. Ik ga een flip phone kopen. Waar je mee kan bellen en sms-en. De rest is bullshit." Hij is actiever, meer gaan sporten, meer aanwezig en vrolijker lees ik in de social media post over zijn omslag. "Het praktische nut weegt niet op tegen de tijd, energie en aandacht die het opslokt. Met de flip phone op zak is er meer ruimte om dingen op je eigen manier aan te pakken en creatiever te worden", zegt Nio. Zijn klasgenoten vinden er van alles van; van wereldvreemd tot sterk. In navolging van Logan en Nio zou het mooi zijn als we met meer aandacht en focus ons leven inrichten. Het levert ons en de samenleving ongetwijfeld goede dingen op.

"I definitely feel smarter, and lesser so an intelligent sense, but smarter in the sense that I'm more intentional about what I choose to include in my life." Logan Lane







Langzaam, heel geleidelijk veranderen de dingen zoals je ze kent. De wereld verandert en jij verandert mee. Dat is hoe het gaat, verandering is immers een constante. Het rare is dat je vergeet hoe het daarvoor ook alweer was. Shifting Baseline Syndrome, noemen we dit fenomeen.

DIT IS MIJN NORMAAL

Gedragsverandering

Waarom we de verandering (verdwijning, ontwrichting) niet opmerken en lange termijn denken vaker meegenomen dient te worden in onze besluitvorming.

De term Shifting Baseline Syndrome komt van de Frans-Canadese visserijbioloog en wetenschapper Daniel Pauly. Een nieuw referentiekader verklaart onze houding ten opzichte van ecosystemen en biodiversiteit en ons onvermogen om de manier waarop ze zijn veranderd waar

te nemen, geeft Pauly aan in zijn one-pager Anecdotes of the shifting baseline syndrome of fisheries. Pauly deed onderzoek naar de vermindering van de omvang van de visvangst voor de oostkust van Noord-Amerika, die met 97 procent is afgenomen sinds het begin van de

schriftelijke registratie. Hoewel, de vissers bleven merkwaardig onverschillig. Hij realiseerde zich dat elke generatie als norm zag wat ze aan het begin van hun carrière hadden gevangen, ongeacht hoeveel kleiner het was dan die van de vorige generatie, wat leidde tot wat hij

Van Schouwinge hebben die sijn

15



gheboeret alle Jaren ghemeeenlyck vendt offe tveemalts Int
Dorpe Van Schouwinge Comende wt den noorden
by lande heene En springhen wt den Wateren den so
ke spint of sy maltrankere na siemle of na spren
vischt nome dese vischen pots hoofd en wille
6 a neest of als In Jouth was end blyft noot also
nogen En al tachen de a dwest poec drie huere lanch na
en hebberse noot weder Omme In some tachen
Dumantel mit drie huere over leden

ten als wij dit maels door onsen dorpe
 En buert alle den kust lange tye

78



Jaer Ont daer trecht vone grooken hoop groock wistjen der
 trechten de alle gade vone hoerts naet weste oft zuyt
 mighen hallij wt den water den sommige sijn wt den
 sijn dussen wij staende an onsen ouere van onsen dorpe
 blonje En segge in trechten omde bruit En dit sijn
 dese vissen sijn wt
 Datter veer sijn wt den sijn den sijn wt den sijn
 En sijn meen sijn sijn sijn dit op een sijn bequaer sijn
 sijn sijn wij een grooken storm en sijn ontleder sijn

Adriaen Coenen's Visboek

www.kb.nl/ontdekken-bewonderen/topstukken/visboek

noemde shifting baseline syndroom: de geleidelijke aanpassing van de sluipende verdwijning van vispopulaties.

OMSLAGPUNT

Iedereen die rond de 40 jaar is en ouder, kan zich misschien nog wel herinneren hoeveel insecten er vroeger op de vooruit van de auto van je ouders zaten. Het was een ware veldslag. Als je mee mocht helpen om de auto te wassen met een emmertje sop dan zaten er grote hoeveelheid vliegen en insecten op de koplampen geplakt. Hoe zeldzaam is dat tegenwoordig. Maar terugdenkend aan de afgelopen jaren, kan ik me niet een tijdsperiode herinneren van een merkbaar omslagpunt. Je realiseert je niet echt wat je de afgelopen tijd kwijt bent geraakt. Iedere generatie heeft als het ware een andere 0-meting door de eigen jeugdervaring en dit bepaalt mede wat 'normaal' is en hoe naar de wereld wordt gekeken. Per

generatie is het aantal vliegen op de autokoplamp opgeschoven, tot het huidige nihil in de vaststelling van mijn zoon. Hij weet niet anders dan het altijd zo is geweest. Dit is normaal, dit is zijn referentie.

NORMAAL IN 1500

Adriaen Coenen, een Scheveningse groothandelaar in vis in de zestiende eeuw beschrijft in zijn Visboek over dieren en mensen, met zoveel mogelijk kenmerken. Dit boek is echt een meesterwerk. Ga dat vooral eens online bewonderen, zou ik zeggen. Uit dat boek kun je opmaken dat elk jaar een gigantische walvistrek van honderden dieren langs de kust van Scheveningen plaatsvond. Kun je het je voorstellen? Zoveel grote dieren langs de Nederlandse kust? Het ligt bijna buiten ons voorstellingsvermogen, voor de Nederlanders in het jaar 1500 is het de normaalste gang van zaken.



Afbeelding: Lifters, Nationaal Archief

SHIFTING BASELINES IN DE MAAT- SCHAPPIJ

Niet alleen op het gebied van ecosystemen is de term nuttig. Ook op andere gebieden zoals cultuur, maatschappij of politiek kennen we 'shifting baselines'. Denk aan uitingen als haardracht en kleding die continu nieuwe vormen kennen. Dansen in discotheken en liften zijn weinig meer voorkomende activiteiten. Er zijn veranderingen waar het verlies wordt verruild voor een andere, even zo boeiende invulling of die beter zijn dan de oude situatie. Steeds



minder mensen roken is een voorbeeld van een positieve nieuwe norm. En van de coronatijd hebben we geleerd dat remote werken mogelijk is. Deze manier van hybride werken houden we graag erin. Toekomstige nieuwe normen variërend van iedereen fietst op een e-bike tot allerlei AI toepassingen in ons leven zijn ook al zichtbaar. Van deze ontwikkelingen weten we nu nog niet of dit op lange termijn positief uitpakt of dat ons dit juist zorgen moet baren. Het is niet de insteek om 'Vroegâh was alles beter' te belichten, maar het sluipende, het geleidelijke, het onzichtbare dat maakt dat

het verlorene niet meteen gemist wordt, is het centrale issue. Om een beter oordeel te kunnen vormen over de nieuwe norm, dient lange termijn denken meegenomen te worden in onze besluitvorming. Vaak denk ik bij lange termijn denken aan de toekomst. Maar ook terugkijken, reflecteren op waar we vandaan komen is belangrijk. Het moeilijkste van het shifting baseline syndroom is hoe je mensen activeert voor bijvoorbeeld een meer duurzame samenleving als mensen de verandering, de verdwijning, de ontwrichting niet zien en ervaren. Hoe we dat besef wel kunnen laten doordringen tot mensen is de grootste uitdaging naar mijn idee.

MIJN LEER- PUNTEN

+ Weten van het bestaan van het shifting baseline syndrome maakt mij bewust van nieuwe normen die niet direct opgemerkt worden.

+ Er zijn nieuwe normen die verfrissend zijn en het leven van mensen verrijken. Hier is geen sprake van verlies maar juist van verbetering. Er zijn echter ook nieuwe referentiekaders die een negatieve impact hebben op ons bestaan, denk aan verstoorde ecosystemen en verlies aan biodiversiteit, waarbij het wel noodzakelijk is dat de samenleving in actie komt om te behouden en te herstellen.

+ Vaak denk ik bij lange termijn denken alleen vooruit, richting de toekomst. Maar ook terugkijken, waar komen we vandaan zal vaker meegenomen moeten worden in onze beslissingen, besef ik nu sterker.

+ Het moeilijkste van het shifting baseline syndrome is hoe je mensen activeert als het verlies niet wordt gezien en ervaren.

+ Als strateeg kan ik een enorme bijdrage leveren in het positioneren van ideeën die een positieve impact leveren.





WAT WAS EN
NIET MEER IS

WAT WAS EN
NIET MEER IS





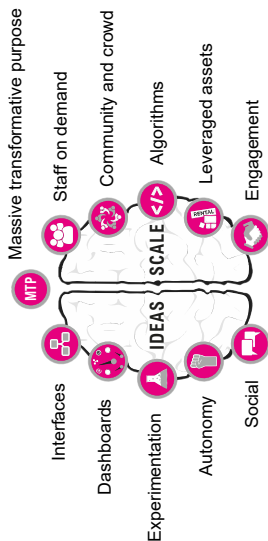
NIEUW BEWUSTZIJN IN ORGANISATIES

In 2014 schreef Yuri van Geest samen met Salim Ismail de bestseller ‘Exponentiële organisaties’. Inmiddels is het 10 jaar later en is zijn visie gekanteld. “Exponentieel is geweldig. Maar een echte oplossing is het niet. De oplossing is nieuw leiderschap met een verschuiving in mentaliteit, meer holistisch denken. We moeten beide combineren: technologie en menselijke waarden” vindt Yuri van Geest.

Het boek gaat over organisaties die 10x effectiever, efficiënter en sneller zijn dan klassieke lineaire organisaties. Deze organisaties laten een groeicurve zien die exponentieel is. Dit komt, kort samengevat, door het gebruik van algoritmen, data en communities. Om exponentieel te zijn, moet een mix van interne (IDEAS) en externe (SCALE) kenmerken goed ingebed zijn in de organisatie. Met als belangrijkste succesfactor een aansprekend organisatiedoel. Yuri spreekt over een massive transformatieve purpose. Een doel dat mensen motiveert om iets radicaal te veranderen of de wereld te verbeteren.

VAN EXPONENTIEEL NAAR INHEEMSE

“Ik heb op de harde manier geleerd dat de enige manier waarop je jezelf als leider kunt transformeren, is door eerst de energie in jezelf te steken”, vertelt Yuri van Geest in de podcast. “Dat is fundamenteel. Verandering is geen rationele conclusie. Verandering is emotiegedreven door persoonlijke ervaringen. Als je ecologisch wil zijn, moet je in de natuur



Left brain: order, control & stability
Right brain: creativity, growth & uncertainty
Afbeelding: 11 kenmerken van een exponentiële organisatie

“Het gaat niet over digitale of organisationele transformatie, maar over leiderschapstransformatie.” Yuri van Geest

zijn, in de natuur wandelen, mediteren, dan krijg je een diepere verbinding met de natuur, en dan verandert je hele beleid. Dan word je moedig qua leiderschap. Als we met elkaar een meer ecologische, virtuele, spirituele, sociaal geavanceerde beschaving willen, moet een verschuiving in ons bewustzijn plaatsvinden.” Van Geest benadrukt het belang van ‘inheemse of oude wijsheid’, ‘persoonlijke groei’ en ‘human nature’. “Onze relatie met de natuur moeten we opnieuw onder de loep nemen.”

“Het is een persoonlijke innerlijke reis die je vervolgens naar buiten verplaatst om anderen te helpen de wereld te transformeren. Exponentiële organisaties zijn geweldig, maar je hebt eerst exponentieel leiderschap en bewustzijnsleiderschap nodig. De volgorde is dus anders”, geeft Yuri aan. “Dan heb je een ander waardesysteem en ben je in staat om een lange termijn toekomst voor ons allemaal te creëren. Nieuwe technologieën gaan ons helpen die nieuwe toekomst te creëren.”

Om terug te keren bij technologie: elke technologie of cluster van technologieën kan een mens empoweren of het kan gebruikt worden ter controle. Yuri gelooft meer in een toenemende symbiose tussen mens en technologie dan in overname door technologie. Want in onze typische menselijkheid zit onze toegevoegde waarde. “We moeten systemen creëren die ons de juiste weg op sturen in lijn ons mens-zijn in plaats van mensen opleiden voor systemen. Als we geen waarden als individu of als collectief ontwikkelen, redden we het in zijn ogen niet. We zullen antwoord moeten hebben op vragen zoals Wat is mens-zijn? Wat is natuur? Wat zijn gemeenschappelijke waarden in onze maatschappij? Dat zijn gevoelskwesties. Hierbij kunnen we leren van inheemse culturen. Al biedt zeker gebundelde kansen. Maar we moeten wel oppassen.”

Oude wijsheid verwijst naar de kennis en het begrip van de wereld en de menselijke natuur die in het verre verleden door menselijke samenlevingen is verzameld. Deze wijsheid kan een breed scala aan onderwerpen omvatten, waaronder filosofie, religie, wetenschap en kunst.

Als je mensen in beweging wilt krijgen, moet je eerst de onderliggende culturele krachten begrijpen die hen drijven.

FOR THE CULTURE

Marcus Collins is head of strategy bij Wieden + Kennedy New York en professor marketing aan de Universiteit van Michigan. Hij heeft een nieuw boek genaamd 'For the Culture'. Het gaat over hoe je de kracht van cultuur kunt benutten om mensen te beïnvloeden.

B
—
28

PERSPECTIEF

We kijken allemaal naar de wereld door onze eigen bril. Onze overtuigingen en verhalen die we in ons hoofd en hart hebben, hebben invloed op de manier hoe wij naar de wereld kijken. We hebben allemaal een andere werkelijkheid. En het heeft weinig zin om op zoek te gaan naar oplossingen als je de wereld alleen door je eigen (culturele) bril bekijkt. Dit

inzicht is misschien wel het belangrijkste kantelpunt in bijvoorbeeld veranderprocessen en conflictsituaties.

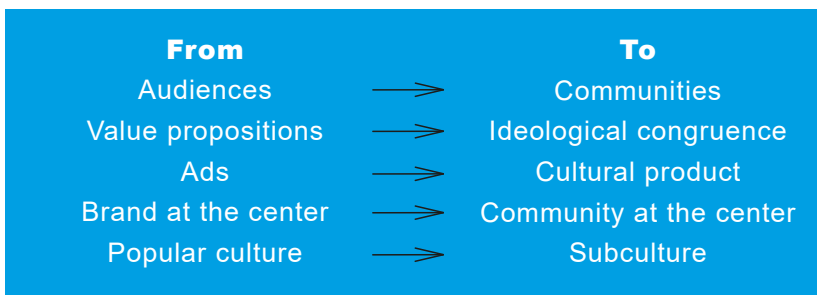
MENSELIJK GEDRAG

Niets heeft meer invloed op menselijk gedrag dan cultuur, vertelt Collins. Cultuur bestaat uit gedragingen, normen, taal, symbolen en voorwerpen. Het laat allemaal zien 'je hoort bij ons'.

Muziek, film, video, literatuur, podcasts, stripboeken, sport. Dit zijn dingen die we gebruiken om ons 'lidmaatschap' van een bepaalde groep uit te drukken. Deze culturele uitingen helpen ons ook te navigeren in ons dagelijks leven.

Strategie

“Man is by nature a social animal” Aristotle



Afbeelding: Marcus Collins

BETEKENIS GEVEN

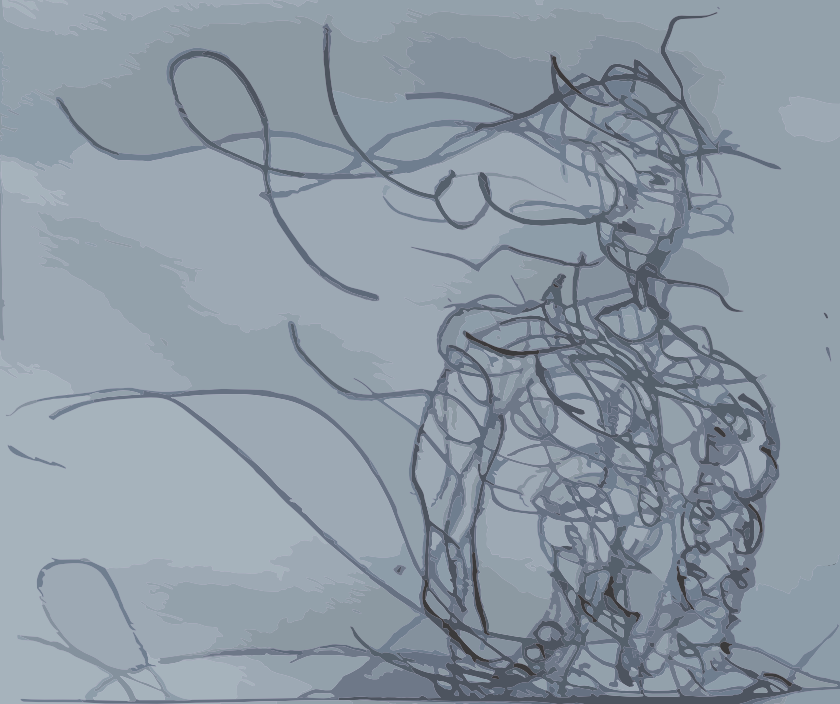
Door heel dicht op de doelgroep te zitten, begrijp je de nuances in culturele uitingen. Hierdoor weet je dat we naar 1 ding kunnen kijken en het betekent iets voor 1 persoon en het iets anders betekent voor een ander. De nuance en de verschillen waarnemen en begrijpen geeft inzicht in een specifieke subcultuur. Hoe beter we die dingen begrijpen, hoe groter de kans dat we er invloed op hebben. Hoe mensen informatie vertalen en betekenis geven kunnen merken de weg wijzen naar een nieuwe toekomst. Ook kunnen we

met beter begrip ervoor zorgen dat berichten worden ontvangen zoals ze bedoeld zijn.

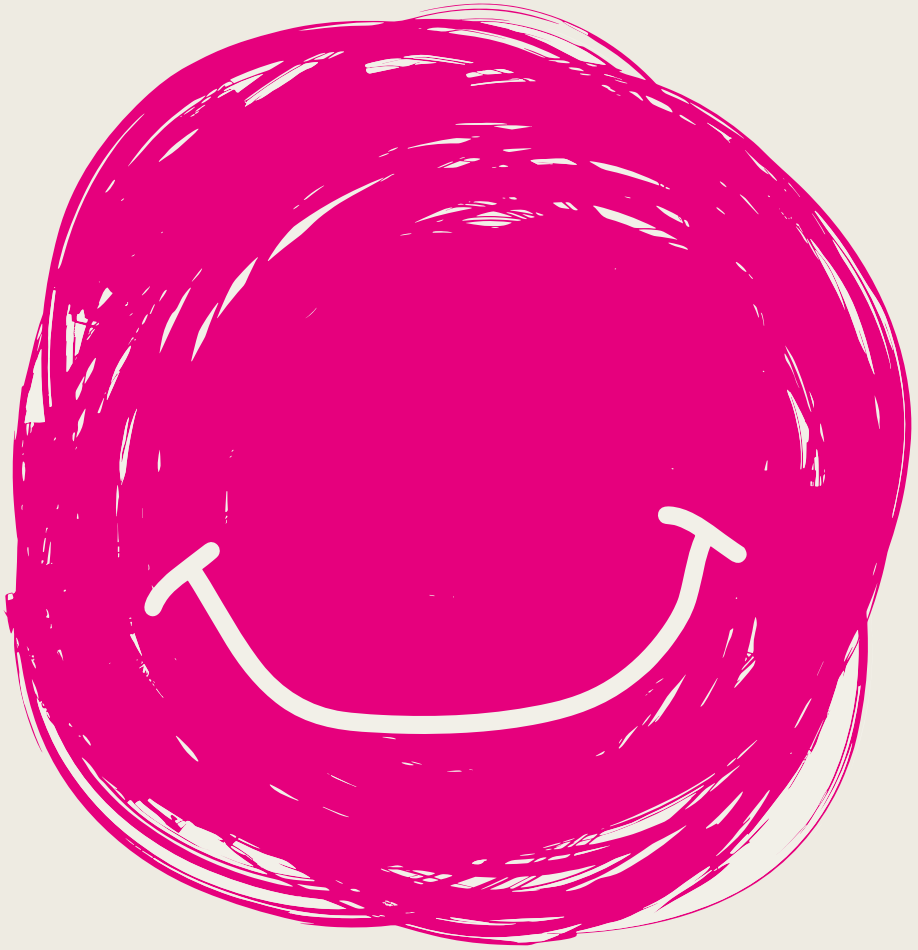
KLEINE, SOCIALE GROEPEN ZIJN HET STARTPUNT

Volgens Marcus Collins verandert deze aanpak de bestaande conventies van traditionele marketing. Het grote verschil is dat kleine, sociale groepen het startpunt vormen in plaats van grote doelgroepen. Je ziet de wereld door hun ogen. Zonder te oordelen, nieuwsgierig vragen stellend en luisteren om te begrijpen. Zo begrijp je beter hoe de sub-

groep betekenis geeft aan zijn/haar wereld. En kun jij betekenis geven aan wat je ziet. Daarbij denken we goed na over wat we aan die gemeenschappen of subgroepen kunnen bijdragen. De vraag is vervolgens hoe je aanjagers creëert die het netwerk van mensen uit een subgroep activeren. Breng mensen aan het praten, aldus Collins. En ze beginnen te praten met mensen die net als zij zijn. En als resultaat zullen mensen bewegen. Dit laatste advies van Marcus Collins is niet geheel onbekend. Het heeft veel overeenkomsten met het bekende mond tot mondreclame. Hiervan weten we dat dit altijd goed werkt.



BLIKVERRUIMING





B

PAULA BUIT

STRATEGIE & COMMUNICATIE