

Negeren is vooruitzien

Nummer 60, 7-12-2007

Column

Door Jacob van Kokswijk

Onderzoekers hebben recent aangetoond dat ons IQ met wel tien punten achteruitgaat als je de hele dag door reageert op telefoontjes, e-mailtjes en andere elektronische berichten. Met name managers en ict'ers zouden maar liefst gemiddeld twee uur per dag aan het e-mailen zijn, en de gemiddelde kantoormedewerker wordt elf keer per uur gestoord door zo'n contactpoging. Mijn en uw collega's e-mailen elkaar zoveel dat ze elkaar amper nog echt spreken. Door de dreigende IQ downgrade hebben enkele grote bedrijven in de VS, waaronder Intel, een 'no-email Friday' ingevoerd. Collega's willen eigenlijk weer gewoon langs wandelen en communiceren in woorden en daden. Lichaamstaal spreekt boekdelen en geen pdf's. Maar geldt deze infomania voor alle generaties? Immers, de jongeren zijn geboren in een tijdperk waar je de verkering uitmaakt per sms en de kerstman per msn om cadeautjes vraagt. Sinterklaas heeft zelfs een 0900-nummer om het totaalpakket te bestellen.

Vanuit je beleving zijn er ook wezenlijke verschillen in wat een bericht op een bepaalde tijd betekent. Er zijn namelijk verschillende factoren in het spel, zoals tijd (1. tijdsduur: communicatiesnelheid; 2. tijdstip: moment van actie; 3. tijdspad: korte levenscycli van producten en diensten, 4. tijdperk: de periode waarin zich bijvoorbeeld een trend afspeelt) en identiteit (van een individu in een sociaal systeem). Deze factoren zijn niet alleen van belang bij innovatie sec, maar spelen ook een belangrijke rol in het dagelijks leven van de gemiddelde mens. Ze zijn nog belangrijker – beter gezegd: vanzelfsprekend – voor de jongste generatie mensen, die zijn opgegroeid met snelheid van communicatie, harde deadlines voor reactie, en trends en hypes die de identiteit en andere sociale factoren beïnvloeden.

We kennen de boodschap (inhoud), en het medium als boodschap, maar als ik doordenk over wat er in de virtuele wereld gaande is, dan is ook het tijdstip van verzenden en ontvangst/kennismaken van de boodschap (-drager) een boodschap. Voorbeelden: als een chatter wel online is maar conversatiepogingen van een van zijn buddies negeert, of heel traag reageert, is dat ook een boodschap. Een telefoontje 's nachts (terwijl men weet dat je slaapt) gaat vergezeld van een andere boodschap dan overdag. Als na het bericht van de schooldirectie dat alleen de gezakten een telefoontje tussen 16 en 17 uur krijgen de telefoon om 16.23 uur rinkelt/riedelt, is dat een potentiële boodschap. Soms is het niet-ontvangen van een bericht de boodschap: al een paar keer verspreidde de leiding van een bedrijf in een e-mail het bericht dat wie geen oproep voor een bepaalde datum/tijd kreeg, automatisch ontslagen was.

De context is ook bepalend voor de inhoud. De grote hoeveelheid e-mailtjes die je na je vakantie in de mailbox aantreft, hebben elk een andere waarde dan een e-mailtje dat met een aandachtvragend ploink binnenkomt als je online bent. Een reactie op een uitnodiging om mee uit eten te gaan is zinnig zolang je nog niet naar de plek van bestemming onderweg bent. En een reactie op een advertentie is van waarde als je nog niet in het gevraagde voorzien bent. Zodra je vanaf tijdstip t wel voorzien bent, is de inhoud van de boodschap alsook het medium onnuttig en dus waardeloos.

Het valt me op dat de jeugd (om te komen tot keuze/besluit/resultaat) voor zichzelf deadlines stelt bij ontvangst van berichten. Ze willen NU iets weten of hebben of contact en sturen schietend met hagel op alles dat beweegt een vraag cyberspace in. Elke reactie wordt 'sniffend' op waarde/buikbaarheid getoetst tot een bepaald moment: de deadline. Daarna is het niet meer nuttig en zelfs ongewenst. Vanaf dat moment begint het negeren. In bepaalde situaties sluit men zelfs fysiek de ontvangst af, door bijvoorbeeld uit te loggen en daarna weer onder een andere nickname (= identiteit) in te loggen, of door een speciaal e-mailadres of 06-nummer te gebruiken, en dat na de deadline ongebruikt te laten (ze sterven na enige maanden door automatische reset vanzelf een virtuele dood). De jongere generatie gebruikt negeren om vooruit te zien.

Juist door het ontstaan van telecommunicatiecontacten, de daardoor veel grotere snelheid van het berichtenverkeer en het met behulp van feedback kunnen manipuleren daarvan (in tijdstip van verzending aankomst, en/of kennisname), is tijd als boodschap een rol gaan spelen. Ons IQ mag dan wel achteruitgaan, maar onze tQ zorgt dat we die boodschap negeren.