



Licht op ...

Communicatie: we kunnen niet zonder

Communicatie is voor ons allen een vanzelfsprekendheid. Maar hoe werkt dit eigenlijk? Hoe kan het dat we soms een klik met iemand kunnen ervaren? Hoe kunnen we onze communicatie verbeteren? We communiceren de gehele dag. Of we dat nu verbaal of non-verbaal doen, bijvoorbeeld met geluid, aanraking, gebaren, visuele seinen of met onze houding, we zijn continu bezig met het uitwisselen van signalen. Kortom, communicatie is een essentieel deel van ons sociaal systeem. Straks zullen we aantonen dat het de essentie van het leven is. Mensen, dieren, de gehele natuur: alle wezens zijn in voortdurende uitwisseling met elkaar. En zoals u kunt lezen in het artikel over mediawijsheid in dit nummer, heeft de moderne techniek ons daar nog een paar zintuigen bijgegeven.

Definitie van communicatie

Hoe zien we communicatie? Wat verstaan we eronder? Een veelgebruikte definitie is deze:

Communicatie (van het Latijnse *commūnicāre*, wat 'delen' betekent) is de handeling van het overbrengen van betekenissen van de ene entiteit of groep naar de andere door het gebruik van wederzijds begrepen tekens en signaalregels.⁽¹⁾

Dit is een zeer ruime definitie. Deze roept daarom de vraag op: valt daar bijvoorbeeld ook de samenwerking met onze cellen en organen onder? Of zien we communicatie meer als iets dat zich op direct menselijk niveau afspeelt?

Je hoeft niet lang na te denken om je te realiseren dat wij op heel veel gebieden communiceren. Denk aan onze huisdieren die feilloos onze gemoedstoestand aanvoelen. Ook heeft veel onderzoek aangetoond dat er met bomen en andere planten uitwisseling plaatsvindt. En we communiceren in feite ook met onze organen, bijvoorbeeld als we nerveus zijn en onze maag opspeelt, enzovoort. We vinden communicatie zo gewoon dat we er niet meer over nadenken als we communiceren. We doen het 24/7, jaar in jaar uit, leven na leven (uitgaande van reïncarnatie).

Nieuwe vormen van communicatie

De moderne media hebben onze reikwijdte zowel in afstand als in kwaliteit vergroot. En met dat laatste bedoelen we op sociaal en moreel vlak. Er is immers een belangrijk sociaal en cultureel filter weggevallen.

Maar de moderne media vergroten niet alleen de kwaliteit, ze roepen ook veel afleiding op. Daarom is er een groep mensen die zich afvraagt of er wel sprake is van kwaliteitsverbetering. Er zijn momenteel hele bewegingen die ervoor pleiten minder digitale media te gebruiken. Het is dus veel meer onze directe eigen verantwoordelijkheid geworden. We krijgen informatie aangeboden die niet direct in onze belangstelling ligt. Die informatie kan iets in ons wakker maken wat we juist overwonnen hadden, waardoor het weer een uitdaging vormt. Maar hieraan is ook een positieve kant. We maken kennis

met andere gebieden zonder ervoor te hoeven reizen. We doen ervaringen op die ons kunnen doen groeien in ontwikkeling. Zo worden we universeler, zonder daar veel voor te hoeven doen.

Wanneer hebben we een ‘klik’?

Het uitzenden van signalen doen we dus continu. Waarom reageert niet iedereen daarop? En waarom gaat die uitwisseling soms heel goed? Als we succesvol zijn en er een positieve reactie plaatsvindt bij de ontvanger, zeggen we vaak: “We hebben een klik.”

Hoe werkt dat? Het gaat zoals gezegd om het uitwisselen van signalen met gebruik van al onze zintuigen, en dat zijn niet alleen onze uiterlijke zintuigen. Maar een goede ‘klik’ duidt er ook op dat de ontvanger in staat was onze signalen op een redelijke wijze te interpreteren en te begrijpen. Of zijn begrip meteen helemaal juist of nog onvolledig was, is iets waar we meestal wel snel achter komen. Buiten dit positieve voorbeeld kennen we natuurlijk vele vormen van ongewenste communicatie of miscommunicatie.

In de praktijk blijkt dat we soms langer contact nodig hebben om de inhoud van elkaars signalen te leren begrijpen. Dit geeft aan dat we op verschillende niveaus kunnen communiceren: van oppervlakkig tot zeer diep.

Jezelf geschikt maken

We kunnen communiceren als we de juiste eigenschappen hebben (ontwikkeld) of de moeite nemen om deze te ontwikkelen. Laten we het bekende voorbeeld van de zender en ontvanger nemen. Een zender en ontvanger kunnen alleen maar met elkaar communiceren als er overdracht plaatsvindt in de vorm van energie, van elektromagnetische golven met een overeenkomstige frequentie. De zender vibreert. De ontvanger kan die energie alleen ontvangen als deze zelf gevoelig is voor die frequentie. Er moet dus een hoge mate van overeenstemming zijn, anders wordt de ontvanger niet in resonantie, niet in ‘gelijke beweging’ gebracht. Een interessante vraag is trouwens of er verschil is tussen *harmonie* en *resonantie*.

Naast de noodzaak van resonantie is er de vraag: kan de ontvanger de boodschap ook decoderen? Hoe goed had de zender de boodschap op die frequentie gemoduleerd? De analogie tussen zender en ontvanger enerzijds en de communicatie tussen mensen (of andere wezens) anderzijds gaat heel ver. Afstanden, storingen, zenders die elkaar beïnvloeden: ze spelen allemaal ook bij ons mensen, zij het dat we dan niet moeten denken in fysische grootheden zoals meters of voltages maar in mentale grootheden (die we nog niet kennen, bijvoorbeeld ‘de eenheid van mentale afstand’).

De voorwaarde voor de goede overdracht van de inhoud van een boodschap is eenvoudig te herkennen. Stel dat je een college wiskunde wilt volgen. Het vereist een zekere voorkennis om de boodschap van de professor te kunnen begrijpen. Datzelfde geldt voor moeders die hun baby willen begrijpen. Zo ook in de kunstwereld: kunst roept iets in ons op, laat iets in ons ontwaken, als we de vereiste dynamiek in ons denken hebben.

Communicatie is meer dan alleen het uitwisselen van signalen

Communicatie kan ons de indruk geven alsof er een uitwisseling is tussen twee losstaande, gescheiden wezens. Zo’n indruk leidt tot een sterk gevoel van afgescheidenheid. Maar het idee dat er twee wezens zijn die los van elkaar staan, is theosofisch gezien onjuist.

Communicatie vanuit de Theosofie

Alles is onlosmakelijk deel van het grote geheel, van de oneindigheid. Dit is de eerste grondstelling van de Theosofie, de eerste van haar drie grondstellingen. De hypothese van ‘oneindigheid’ houdt kort samengevat in: ieder wezen is er een deel van, is dus een stukje van die oneindigheid en is daarom

ook zelf oneindig. Alle wezens gaan een pad van evolutie om deze oneindigheid tot uitdrukking te brengen. Daarom zijn we in essentie gelijk: we hebben dezelfde mogelijkheden. Maar we zijn niet allemaal in hetzelfde stadium van evolutie, van ontwikkeling.

Een eenvoudig beeld van die EENHEID is de oceaan met zijn golven. Al die golven zijn veranderlijke verschijnselen. Zij zijn elk een kleine beweging van die oceaan. Dan begrijpen we ook *dat we principieel met alles in die oneindigheid kunnen communiceren*, mits we de moeite nemen om de vereiste eigenschap(en) te ontwikkelen.

Als diepgaander voorbeeld noemen we alle processen die we tussen twee incarnaties doormaken. Zij zijn in feite een voorbeeld van communicatie op de verschillende bewustzijnsgebieden. Al deze processen kunnen we bewust sturen en doormaken, mits we ons daarvoor getraind en ontwikkeld hebben. Dit bepaalt de mate van bewustzijn die we op die innerlijke gebieden ervaren. Er is geen grens aan de mate van ontwikkeling van ons bewustzijn, of we nu spreken over het fysieke, het mentale of het spirituele gebied.

Communicatie is dus een ander woord voor samenwerking, voor leven. Er is geen enkele mogelijkheid om *niet* deel te nemen aan die eenheid, om geen invloed uit te oefenen op het geheel, om niet te communiceren. De verantwoordelijkheid die wij dus voor de karakteristiek van onze communicatie hebben, is evident.

Waarom dit uitgebreide verhaal over communicatie?

Omdat we, als we Theosofie willen uitdragen of op basis van de Theosofie willen samenwerken, dit alleen kunnen als we onszelf geschikt hebben gemaakt. We kunnen alleen iets uitstralen, iets overdragen, als we dat in onszelf hebben ontwikkeld. Theoretische studie van de Theosofie kan een eerste stap zijn, maar het leven ervan is een onafwendbare tweede stap.

Dit hebben we onlangs bewezen door een gezamenlijke theosofische studie van een drietal levensvraagstukken, op de *International Theosophy Conference 2018* in Berlijn. Een verslag ervan staat verderop in dit blad. Er werd door de verschillende theosofische stromingen in grote harmonie samengewerkt. Meer over de uitkomst vindt u op de ITC-website, waar ook alle videolinks staan.⁽²⁾

De laatste dag van de conferentie had als onderwerp 'depressie'. Dit onderwerp werd gedurende die dag door de werkgroepen bestudeerd. In de namiddag werd het gezamenlijke eindresultaat in de vorm van een *mindmap* gepresenteerd. 's Avonds werd de dag afgesloten met een presentatie van ITC-president Gene Jennings, die zelf psychiater is. Hij vertelde hoe hij in de praktijk met depressieve mensen omgaat, en hoe hij die alleen kan helpen door met ze te communiceren zoals hierboven is uiteengezet. Deze presentatie staat op YouTube en is te bekijken via de website van ITC.⁽²⁾

Tijdens de ITC is door deze praktisch gerichte studie ongetwijfeld een invloed uitgegaan met grote reikwijdte, die zal resoneren bij al degenen die zich bezighouden met deze levensvraagstukken.

Herman C. Vermeulen

Referenties

1. Nederlandse vertaling van de definitie uit de Engelse Wikipedia, onder het lemma 'Communication'.
2. <https://www.theosophyconferences.org>.



Het belang van (media)wijsheid

Sociale media als WhatsApp, Facebook, Instagram en Twitter zijn nauwelijks meer weg te denken uit ons leven. Hoe leren we kinderen om wijs om te gaan met sociale media? Wat zijn sociale media, hoe sociaal zijn ze eigenlijk en welk perspectief biedt de Theosofie hierop?

Het belang van mediawijsheid

Sociale media als WhatsApp, Facebook, Instagram en Twitter zijn nauwelijks meer weg te denken uit ons leven. Volgens recente cijfers gebruikt 87% van de Nederlandse bevolking sociale media [<https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2018/20/opvattingen-over-sociale-media>]. Onder Nederlandse jongeren van 12 tot 18 jaar is het percentage gebruikers 97% en van 18 tot 25 jaar 99%.⁽¹⁾ Wereldwijd gaat het om bijna een derde van de wereldbevolking en dit aandeel is groeiende.

Dankzij deze technologie hebben we de mogelijkheid om direct contact te hebben met de andere kant van de wereld. Sociale media vergroten verbondenheid, maar fenomenen als datalekken, nepnieuws en nepaccounts laten ook de keerzijden zien. Daarnaast gaven bijna een op de drie jongeren tussen 18 en 25 in 2017 aan verslaafd te zijn aan sociale media. Dit is een toename van 10% sinds de vorige meting in 2015.⁽²⁾

De noodzaak voor mediawijsheid neemt met deze ontwikkelingen toe.

Wat is mediawijsheid?

Sinds de opkomst van sociale media is er aandacht voor zowel de voor- als de nadelen van deze technologie, met name als het gaat om kinderen. In Nederland is in 2008 een netwerkorganisatie opgericht voor mediawijsheid: Mediawijzer.net. Zij wijzen onder andere op het recht op mediawijsheid voor kinderen. Mediawijsheid definiëren zij als *De verzameling competenties die je nodig hebt om actief, kritisch én bewust te kunnen deelnemen aan de mediasamenleving.*⁽³⁾ Het belang van mediawijsheid wordt direct duidelijk bij de toelichting die Mediawijzer.net geeft bij het begrip mediasamenleving:

Media bepalen steeds vaker hoe we met elkaar omgaan en in welke richting onze maatschappij zich ontwikkelt. Ons hele leven speelt zich inmiddels af via media: van het vinden van een baan tot het zoeken naar

Kerngedachten:

- » Sociale media kunnen zowel de verbondenheid als de afstand tussen mensen vergroten, afhankelijk van hoe ze worden ingezet.
- » Onze mentaliteit wordt weerspiegeld in de technologie en ons gebruik daarvan.
- » De term sociaal verwijst naar de eenheid en karmische verbondenheid van al het leven.
- » Door kinderen al vroeg een basis van zelfkennis mee te geven, zijn ze beter in staat om zich tegen zichzelf te beschermen in de kwetsbare periode van de puberteit.

een partner, van het doen van de dagelijkse boodschappen tot de aanschaf van luxe goederen, het is tegenwoordig de normaalste zaak hier (online) media bij te gebruiken. Maar ook minder prettige zaken als pesten, diefstal, criminaliteit en terrorisme spelen zich inmiddels online af.⁽⁴⁾

Hoewel een groeiend aantal scholen mediawijsheid in het lesprogramma opneemt zijn er echter experts die zeggen dat de nadruk op kritisch denken ook leidt tot meer wantrouwen.⁽⁵⁾ Bovendien afficheren juist platforms die desinformatie verspreiden zich als onafhankelijk en kritisch, en betitelen de van oudsher meer betrouwbare bronnen van berichtgeving als brengers van nepnieuws. Een ander voorbeeld is de huidige Amerikaanse president Donald Trump. Zelf een berucht verspreider van onjuiste informatie, die critici die hem daarop wijzen beschuldigt van ‘fake news’.

Hoe leren we kinderen om wijs om te gaan met sociale media? Daarvoor staan we stil bij wat sociale media zijn, hoe sociaal ze eigenlijk zijn en de mentaliteit die veroorzaakt hoe media zich nu karakteriseren. Vervolgens gaan we in op het begrip wijsheid om een breder perspectief te krijgen op mediawijsheid. Daarmee kunnen we verder verdiepen hoe we kinderen kunnen leren zich te verhouden tot de mediasamenleving.

Wat zijn sociale media?

Sociale media zijn gebaseerd op zeer toegankelijke en schaalbare internettechnologie waarmee gebruikers hun eigen content kunnen delen via een eigen profiel en zo sociale netwerken kunnen vormen.⁽⁶⁾

Belangrijke kenmerken van sociale media zijn toegankelijkheid, schaalbaarheid en interactie. Toegankelijk, want iedereen kan ermee aan de slag, ook omdat de meeste diensten zoals Facebook, Instagram, Twitter en LinkedIn kosteloos worden aangeboden. Schaalbaar, want in potentie heeft elke gebruiker een miljoenenpubliek met uitingen die hij via de platforms openbaar kan maken. En tot slot interactief, want het is niet alleen een kwestie van zenden, alle gebruikers kunnen actief reageren op elkaar. Het woord ‘media’ is het meervoud van ‘medium’ dat staat voor de drager, waarmee hier het communicatiekanaal wordt aangeduid zoals een website, tv of radio. Letterlijk betekent het ‘middel’.

De term sociaal verwijst volgens Wikipedia “naar de interactie van organismen met andere organismen, mens of dier en hun collectieve co-existentie, ongeacht of zij zich er bewust van zijn of niet, en ongeacht of de interactie

vrijwillig of onvrijwillig is”.⁽⁷⁾

We komen later in dit artikel nog op deze begrippen terug,

De belofte en beperkingen van sociale media

Met bovengenoemde kenmerken bevatten sociale media de belofte de verbondenheid in de wereld te vergroten. Een recent voorbeeld hiervan is het #stormpools tijdens de zware storm afgelopen januari. Via deze hashtag boden mensen via Twitter gestrande treinreizigers een lift naar huis aan. Twitter is ook niet meer weg te denken bij journalistiek werk, denk aan de beelden die burgers van de oorlog in Syrië maken. Verder staan we via Facebook of WhatsApp op elk moment in verbinding met familie en vrienden.

Aan de andere kant blijkt dat sociale media de afstand tussen mensen vergroten. Nu is dit überhaupt een gevolg van de inzet van technologie: het komt steeds meer in de plaats van direct contact tussen mensen. Je reserveert hotelkamers en een tafel in restaurants via een app, als je een instantie belt sta je in contact met spraaktechnologie van belmenu’s en online word je bediend door chatbots. Technologie vergemakkelijkt veel, maar we worden er ook snel gemakzuchtiger van, wat ten koste gaat van het directe contact tussen mensen. We zijn soms eerder geneigd een e-mail of een bericht te tikken, dan iets te zeggen als je de ander direct in de ogen kijkt, met name als onze boodschap wat lastig te brengen is. Terwijl we juist via menselijke interactie onze empathie, ons geduld, ons begrip voor sociale verhoudingen en wederzijdse afhankelijkheid oefenen. Als reactie op de ‘robotisering’ van de samenleving pleit het Rathenau Instituut, dat de impact van technologie op de maatschappij onderzoekt, ervoor om het recht op betekenisvol menselijk contact op te nemen als nieuw mensenrecht.⁽⁸⁾

Als we ons weer toespitsen op de rol van sociale media bij de afstand tussen mensen zijn er studies waaruit blijkt dat bij het gebruik van sociale media mensen voor 80% over zichzelf praten, terwijl dat bij persoonlijke gesprekken maar bij zo 30-40% het geval is.⁽⁹⁾

En als je de ongenueanceerde meningen en soms keiharde beledigingen ziet als reactie op online communicatie, dan lijkt dat weinig meer op wat je normaliter onder sociaal verstaat. Nu zijn beledigingen, klagen en roddel niet van gisteren, maar met sociale media worden ze sneller verspreid en vastgelegd.

Verder vergroten platforms als Facebook de afstand tussen mensen via het zogenaamde filterbubbeleffect. Omdat Facebook met algoritmes werkt die filteren wat jij leuk vindt, krijg je op een gegeven moment alleen maar

die reacties en berichten te zien die je eigen wereldbeeld bevestigen. Ben je 'links' dan ontvang je berichten over onze invloed op het klimaat, ben je 'rechts' dan ontvang je berichten over de regelzucht van de overheid. En met elke 'like' versterk je het algoritme van Facebook. Dit wordt ook wel 'confirmation bias' genoemd: de algoritmes werken zo dat je op een gegeven moment alleen maar berichten krijgt die je vooroordeel bevestigen.

Door recente gebeurtenissen neemt de druk op Facebook überhaupt toe om te voorkomen dat het platform mensen verdeelt. Via nepnieuws, nepaccounts en advertenties op Facebook is er invloed uitgeoefend op de Amerikaanse presidentsverkiezingen. En later bleek het bedrijf Cambridge Analytica grootschalig gebruikersgegevens van Facebook misbruikt te hebben om de gebruikers te (laten) manipuleren. De algoritmes van Facebook spelen hierbij een belangrijke rol. Door deze algoritmes kan Facebook zich niet losweken van de verantwoordelijkheid over de content, die via zijn platform gedeeld wordt. Het is niet slechts een 'medium' dat ongefilterd de boodschappen van anderen draagt. 'Don't blame the messenger' gaat niet meer op zodra de 'messenger' zich medeplichtig maakt aan het op grote schaal verspreiden van leugenachtige boodschappen omdat hij verdient aan het aantal *views* en *clicks*. Vandaar dat diverse overheden Mark Zuckerberg opgeroepen hebben om zich te verantwoorden.

De algoritmes die Facebook gebruikt zorgen niet alleen voor gericht aanbod van content. Oud-medewerkers van Facebook waarschuwen ook voor de verslavende werking die ervan uitgaat.⁽¹⁰⁾ Niet onterecht, gezien de recente cijfers over socialemediaverslaving onder jongeren die we in het begin van dit artikel noemden.

Bij alles wat Mark Zuckerberg echter verweten wordt, hij heeft altijd een belangrijke troef als tegenargument: twee miljard gebruikers, waaronder veel van zijn critici zelf. Op Google na is er waarschijnlijk geen bedrijf dat meer klanten heeft. Want hoewel veel Facebook-gebruikers zich misschien niet direct 'klant' zullen noemen, zouden ze moeten weten dat ze indirect voor Facebook betalen met de gegevens die ze op het platform achterlaten en dat Facebook zijn kosten via gerichte advertenties moet terugverdienen. En ook al zijn ze het misschien niet allemaal even bewust, kennelijk maken veel gebruikers zich niet erg zorgen om hun privacy, anders zouden ze hun account wel opzeggen.

Hoe sociale media onze mentaliteit weerspiegelen

Wij mensen zijn denkers. We hebben het vermogen om

gedachten te hebben, te verspreiden en in handelingen om te zetten. We richten onze wereld in naar de ideeën of gedachten van menselijke geesten, of we ons er nu van bewust zijn of niet. En omdat we gewoontes kopiëren en volgen zijn we er vaak niet bewust van welke gedachten het zijn die ten grondslag liggen aan onze handelingen, gewoontes en uiteindelijk aan ons leven in zijn geheel, aan wie we zijn. Zo worden we vaak pas in het buitenland ons bewust van cultuurverschillen, gewoontes die we opgebouwd hebben vanuit de heersende mentaliteit in ons eigen land. Het is interessant om meer onderscheid te kunnen maken in de verschillende gedachten of denkaspecten die onderdeel zijn van een bepaalde mentaliteit. Want net als in een cultuur, kun je in zowel de technologie als het gebruik van sociale media een bepaalde mentaliteit weerspiegeld zien.

Vanuit de Oude Wijsheid of Theosofia kun je het denken in zeven aspecten onderscheiden, die in meerdere of mindere mate een rol spelen. En precies deze aspecten helpen om meer onderscheidingsvermogen op te bouwen bij het wijs omgaan met sociale media. Deze aspecten zijn:

1. Het lichamelijke.
2. Het gevoel.
3. Vitaliteit.
4. De begeerte.
5. Het intellect.
6. Het inzicht, begripsvermogen of het intuïtieve.
7. De inspiratie of eenheidsbeleving.

Onder denken verstaan we hier overigens niet alleen de ratio, maar de gehele menselijke uitdrukking van bewustzijn. Het ervaren van honger of dorst is een voorbeeld van het lichamen aspect; emoties als woede of angst behoren tot het gevoelsaspect; niet stil kunnen zitten en continu bezig zijn tot het vitaliteitsaspect; koopziekte, ambitie, eerzucht en wijsbegeerte zijn voorbeelden van het begeerteaspect; het meten, logisch redeneren en ordenen behoren tot het intellectuele aspect; het zien van samenhang, idealisme, kunstbegrip en wijsheid zijn voorbeelden van het inzichtelijke aspect; en tot slot zijn de eenheidservaringen van mystici of de nog zeldzame momenten van zuivere inspiratie voorbeelden van het eenheidsaspect.

Volgens de Theosofia heeft de mens in zijn huidige stadium van evolutie gemiddeld genomen de laagste drie denkaspecten volledig ontwikkeld, het vierde aspect voor een groot deel maar niet geheel uitontwikkeld, en zijn de drie hogere aspecten nog sluimerend. Dat laatste betekent niet dat we de hogere drie nog niet kunnen herkennen,

want van elk van de zeven denkaspecten is ook een zeventvoudige subverdeling te maken. Je kunt op gevoelsniveau bijvoorbeeld ook eenheid en verbondenheid ervaren. En de meeste mensen ontwikkelen nu het intellectuele subaspect van het begeertedenken. De huidige mentaliteit, het heersende denken, wordt dus met name door begeerte gekleurd waarbij het intellect vaak wordt ingezet ten dienste van een of ander resultaat, waarbij de begeerte een rol speelt. Dit kan gericht zijn op het bereiken van zaken die het algemeen belang dienen: zoals bijvoorbeeld het ontwikkelen van technologie om mensen in verbinding te brengen. Het kan ook gaan om zaken die gericht zijn op een zelfzuchtig belang: het ontwikkelen van verleidelijke reclamecampagnes om de winst voor een beperkte groep mensen te maximaliseren.

Zowel in de technologie van sociale media als in het gemiddelde gebruik is het begeerteaspect met zijn verschillende subaspecten te herkennen. Ook de twee motieven worden weerspiegeld. Bij de technologie van sociale media zie je aan de ene kant het onzelfzuchtig verbinden van mensen en een op winst gericht advertentiekanaal met verslavend makende algoritmes aan de andere kant. Bij het gebruik zie je aan de ene kant dat mensen universele ideeën en idealen en aan de andere kant manipulatieve desinformatie en sensationeel nepnieuws verspreiden. En tussen deze extremen in bestaat er natuurlijk nog een heel scala aan posts met kattenfilmpjes, vakantiefoto's, uitnodigingen voor evenementen, et cetera.

Waarom is dit onderscheid in zeven aspecten belangrijk? Niet alleen om te analyseren wat er inherent is aan zowel de technologie als aan het gebruik van sociale media; het biedt ook meer onderscheidingsvermogen bij het wijs omgaan ermee, met name als we terugkeren naar de hoofdvraag: hoe leren we dat onze kinderen?

Want van volwassenen kun je een zekere zelfstandigheid verwachten en is het natuurlijk de eigen vrijheid en verantwoordelijkheid die bepaalt hoe ze sociale media gebruiken. Maar wat wil je kinderen meegeven? Met name omdat ze er zo mee opgroeien, dat ze geen vergelijking meer kunnen trekken met de wereld vóór de uitvinding van sociale media.

Terug naar de definitie van mediawijsheid als *De verzameling competenties die je nodig hebt om actief, kritisch én bewust te kunnen deelnemen aan de mediasamenleving*. De vraag is: kritisch en bewust waarvan, en waar willen we dat kinderen actief in gaan deelnemen? Volstaat het als we kinderen kritisch en bewust maken van de bovengenoemde keerzijden en in staat stellen om actief de belofte

van meer verbondenheid waar te maken? Het is echter niet altijd duidelijk om het onderscheid te maken tussen wat positief en wat negatief uitwerkt. Wat is wijs gebruik, zonder te vervallen in een versimpelde goed-foutbenadering? Hier kunnen de zeven denkaspecten tezamen met het motief, zelfzuchtig of onzelfzuchtig, behulpzaam zijn om richting te bieden. Vanuit theosofisch perspectief kunnen we daarbij ook nog breder kijken naar de begrippen sociaal en wijsheid.

Wat is sociaal vanuit theosofisch perspectief?

Als we nogmaals starten met de omschrijving die Wikipedia biedt van het begrip sociaal: "sociaal verwijst naar de interactie van organismen met andere organismen, mens of dier en hun collectieve co-existentie, ongeacht of zij zich er bewust van zijn of niet, en ongeacht of de interactie vrijwillig of onvrijwillig is" dan zijn er een aantal aspecten die we vanuit de Theosofie gezien iets anders invullen.

De Theosofie gaat uit van drie basishypothesen, drie grondstellingen, die als volgt kunnen worden omschreven:

1. Een alomtegenwoordig, eeuwig, grenzenloos en onveranderlijk beginsel, verkort: grenzenloosheid.
2. Het onophoudelijk periodiek manifesteren en verdwijnen, verkort: cycliciteit.
3. De fundamentele gelijkheid van al het leven en de verplichte pelgrimstocht van ieder wezen volgens cyclische en karmische wet, ook wel verkort benoemd als 'zo boven, zo beneden'.⁽¹¹⁾

Een gevolgtrekking uit de eerste grondstelling van grenzenloosheid is de eenheid van al het leven. Uitgaande van grenzenloosheid bestaat niets los van elkaar, niets is gescheiden. Er is dus niet slechts sprake van een 'collectieve co-existentie van mens en dier' maar van de onlosmakelijke verbondenheid of eenheid van al het leven.

Grenzenloosheid betekent overigens ook dat de mate waarin we deze eenheid kunnen herkennen altijd kan groeien. We kunnen ons vereenzelvigen met onszelf, met onze partner, ons gezin, onze familie, stad, ons land, de wereld en op geestelijk gebied nog verder, zoals een Buddha die zijn bewustzijn heeft verruimd tot het cosmisch niveau. Volgens de tweede grondstelling vindt deze groei niet alleen binnen de cyclus van één leven plaats, maar groeien we leven na leven door.

En de derde grondstelling verwijst naar de wet van karma of oorzaak en gevolg: elk wezen heeft conform zijn bewustzijnsbereik een mate van vrije wil en verantwoor-

delijkheid voor het geheel. Uitgaande van deze wet is er geen plaats voor toeval, nog voor 'onvrijwilligheid'. Elk wezen is precies daar waar hij zich op basis van zijn vrije wil gedurende een of meerdere cycli van leven heen bewogen heeft tijdens zijn eeuwige pelgrimstocht. Theosofisch gezien verwijst 'sociaal' dus naar de eenheid en karmische verbondenheid van al het leven. Ook vanuit deze betekenis past de term sociaal in sommige aspecten ergens wel bij sociale media, waarin eenieder ook verbonden is met anderen en elke handeling wordt vastgelegd en vroeg of laat nog tot gevolgen kan leiden, al is dit uiteraard in beperkte zin. Kijk je naar deze betekenis in bredere zin, dan voegt dit de moreel-ethische implicaties toe: hoe handelen we uitgaande van onze verbondenheid en karmische verantwoordelijkheid? Elke handeling brengt een gevolg teweeg die in karakteristiek gelijk is, of we daar nu van bewust zijn of niet. Het spreekt voor zich dat hoe meer we bewust zijn van de samenhang van het geheel, hoe beter we onze handelingen op de harmonie van dat geheel kunnen afstemmen.

Wat is wijsheid?

De tweede term wijsheid is vanuit de Theosofia te definiëren als een vermogen om de werkelijkheid, de wetmatigheid van alle dingen, te zien en te ervaren. (Meer hierover in het artikel 'De basis van 'Levenswijsheid'', dat in de volgende *Lucifer*, nummer 5, zal verschijnen). Deze definitie verwijst naar het eenheidsprincipe en de wetmatigheden uit de hiervoor genoemde drie hypothesen. Ook refereert het naar een geestelijk bewustzijnsprincipe in ons waarmee het zesde hierboven genoemde denkaspect correspondeert. Als we ons duurzaam vereenzelvigen met dit principe, dat in het Sanskrit ook wel het *buddhi* genoemd wordt, het verlichtingsbeginsel, zou ons dat gelijkmaken aan een menselijke Buddha. We zijn dan pure wijsheid geworden en verkeren continu in een geestelijke bewustzijnstoestand. Op ons niveau kunnen we dit herkennen als de momenten van inzicht, waarop we niet meer hoeven uitdokteren hoe iets zit, maar het daadwerkelijk begrijpen. Dan zien we de dingen in samenhang, en hoeven we niet te redeneren van onderdeel naar onderdeel. In elk vakgebied zijn voorbeelden van inzichtelijk denken te vinden: van kunst (begrip van een kunstwerk) tot techniek (begrip van een motor), van biologie (begrip van een ecosysteem) tot historie (begrip van een tijdperk), et cetera. Wijsheid heeft echter betrekking op het leven in de breedte. En net als in elk vakgebied geldt ook voor het leven dat wijsheid altijd verruimd kan worden. Ook hier gaat het uitgangs-

punt van grenzenloosheid op.

Wat is vanuit dit perspectief dan mediawijsheid? Is het zinvol om wijsheid apart binnen het domein media te definiëren? Of is het zinnvoller om de brede definitie van wijsheid te nemen en deze dan toe te passen op elk aspect van het leven, of dit zich nu offline of online afspeelt?⁽¹²⁾

Hoe leer je kinderen omgaan met sociale media?

Nu is elk kind tot het moment dat hij volwassen is bezig om zijn vermogens te activeren die hij in een vorig leven heeft ontwikkeld om vanaf dat punt weer verder te gaan met zijn ontwikkeling. Dus elk kind brengt in meer of mindere mate ook zijn eigen eerder opgedane wijsheid weer tot uitdrukking. Hij kan hierin wel extra gestimuleerd ofwel gehinderd worden via zijn opvoeding en onderwijs. Het opgroeien kent verschillende stadia. Het voert te ver om daar in dit artikel uitgebreid op in te gaan, maar in elke fase is een combinatie van zowel een lager als een hoger denkaspect duidelijk herkenbaar.⁽¹³⁾ De meest kritische fase is de puberteit. Daarin komen de twee tegenstelde gerichtheden van de begeerte tegelijkertijd tot uitdrukking. Enerzijds de lagere begeerte gericht op het persoonlijke 'ik': het ontwikkelen van een persoonlijke identiteit, het behoren tot een bepaalde groep en begeerte naar anderen. En anderzijds de hogere begeerte waarbij de begeerte gekoppeld is aan hogere aspecten zoals inzicht en die zich uit in de vorm van nog wat onbeholpen idealisme dat in sommige gevallen resulteert in het zich afzetten tegen de ouders.

Je zou deze fase ook wel kunnen aanduiden als een 'strijd' tussen de hogere en lagere natuur. Met de lagere natuur bedoelen we een gerichtheid op lagere denkaspecten gedomineerd door een zelfzuchtig motief gericht op het eigen 'ik', en met de hogere natuur een gerichtheid op hogere denkaspecten met een onzelfzuchtig motief gericht op het geheel. Sociale media spelen bij alles in de puberteit een rol: uitgebreide profielen, cyberpesten, sexting, online actiegroepen, et cetera.

Om zonder veel kleerscheuren uit deze 'strijd' te komen helpt het als kinderen al eerder het onderscheid tussen de hogere en lagere natuur in zichzelf hebben ontdekt. Want als we kinderen voor de kwetsbare periode van puberteit een goede basis van zelfkennis mee kunnen geven, dan is de kans groot dat ze de ik-gerichtheid in zichzelf kunnen herkennen en beheersen en zullen ze zich minder snel impulsief gedragen. Ook heeft het dan waarschijnlijk minder gevolgen als die 'ik' een deuk krijgt door bijvoorbeeld on-

line pesterijen. En we kunnen kinderen al vanaf de kleuterleeftijd leren wat sociaal is. Hoe het gedrag van de een de ander beïnvloedt. En hoe de toestand van de een zijn effect heeft op de totale groep. Ook kun je kinderen op elementair niveau leren wat wijsheid is. Bijvoorbeeld hoe alles in de natuur met elkaar samenhangt. Hoe je de cyclussen in de natuur kunt leren herkennen en hoe je daarin kunt meewerken door op het juiste moment te zaaien om te kunnen oogsten. De begrippen sociaal en wijsheid corresponderen met het zevende en zesde denkaspect in de kinderen zelf. De lessen op dit niveau kun je het beste overdragen van mens tot mens, waarbij de leraar de leerlingen mee laat resoneren met zijn eigen eenheidsbesef, begrip en wijsheid. Vanuit theosofisch perspectief geef je kinderen zo eerst een harnas, voordat ze de strijd ingaan. Vanaf latere leeftijd, van de hogere klassen van de basisschool, kun je kinderen leren wat zelfstandig denken is door wat explicieter het onderscheid tussen hogere en lagere natuur te maken. Bijvoorbeeld door te laten zien dat het najagen van lagere begeerten is als het drinken van zeewater – hoe meer je drinkt, hoe meer dorst je krijgt – en ze zo in staat te stellen om de verslavende werking ervan te herkennen en daarmee te voorkomen. Dit is ook het moment om de online wereld erbij te betrekken en te laten ontdekken welke aspecten daar een rol spelen. Bijvoorbeeld dat technologie *an sich* neutraal is en een morele component mist en dat het dus meer gaat om de vraag *waartoe* je het inzet. Dat we met ons online gedrag in zekere zin ook de algoritmes ‘trainen’ en dat ons gebruik van technologieën als sociale media ook gericht kan zijn op verruiming van ons bewustzijn en het vergroten van eenheid en verbondenheid.

Is eenmaal de puberteit aangebroken, dan is de tijd van wijze raad voorbij. Wel kun je ruimte bieden aan het beginnende idealisme. Het stellen van vragen over wat is het wat hem of haar drijft is meestal voldoende om indien nodig het geweten aan te spreken. En verder is het natuurlijk van belang dat zij in het voorbeeldgedrag van hun ouders, opvoeders en leraren steeds weer herinnerd worden aan wat er in hun opvoeding en onderwijs voorgehouden is over wat wijs en sociaal is. Want welke technologie of ontwikkeling ook hun natuur op de proef zal stellen, met universele waarden als eenheid en verbondenheid en de deugd wijsheid als wapens zijn ze in staat om elke strijd met zichzelf te overwinnen.

Referenties

1. <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2017/52/steeds-meer-ouderen-op-sociale-media>.
2. <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2018/20/jongvolwassenen-vaker-verslaafd-aan-sociale-media>.
3. <https://www.mediawijsheid.nl/mediawijsheid/>, laatst gezien d.d. 20 juli 2018.
4. <https://www.mediawijzer.net/over-mediawijzer-net-2/>, laatst gezien d.d. 20 juli 2018.
5. <https://www.sxswedu.com/news/2018/watch-danah-boyd-keynote-what-hath-we-wrought-video/>, laatst gezien d.d. 20 juli 2018.
6. https://en.wikipedia.org/wiki/Social_media, laatst gezien d.d. 20 juli 2018.
7. <https://nl.wikipedia.org/wiki/Sociaal>, laatst gezien d.d. 20 juli 2018.
8. Naast nog een ander mensenrecht: het recht om niet gemeten te worden. Van Est, R. J.B.A. Gerritsen, met medewerking van L. Kool, *Human rights in the robot age: Challenges arising from the use of robotics, artificial intelligence, and virtual and augmented reality – Expert report written for the Committee on Culture, Science, Education and Media of the Parliamentary Assembly of the Council of Europe (PACE)*, Rathenau Instituut, Den Haag 2017, te vinden op: <https://www.rathenau.nl/nl/digitale-samenleving/mensenrechten-het-robottijdperk>, laatst gezien d.d. 20 juli 2018.
9. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3361411/#r5>, laatst gezien d.d. 20 juli 2018.
10. <https://nos.nl/nieuwsuur/artikel/2229568-oud-medewerkers-facebook-we-zijn-gewoon-genaaid-met-z-n-allen.html>, laatst gezien d.d. 20 juli 2018.
11. De drie Grondstellingen luiden letterlijk als volgt:
 1. Een Alomtegenwoordig, Eeuwig, Grenzenloos en Onveranderlijk BEGINSSEL, waarover alle bespiegeling onmogelijk is, aangezien het het menselijke bevattingsvermogen te boven gaat en door elke menselijke uitdrukking of vergelijking slechts kan worden verminkt. Eén absolute Werkelijkheid die voorafgaat aan alle gemanifesteerd, beperkt zijn.
 2. De Eeuwigheid van het Heelal *in toto* als een grenzenloos gebied; periodiek ‘het veld van talloze zich manifesterende en verdwijnende Heelallen’, die ‘de zich manifesterende sterren’ en de ‘vonken der Eeuwigheid’ worden genoemd.
 3. De fundamentele gelijkheid van alle Zielen met de Universele Over-Ziel, die zelf weer een aspect van de Onbekende Wortel is; en de verplichte pelgrimstocht voor elke Ziel – een vonk van eerstgenoemde – door de Kringloop van Incarnatie (of ‘Noodzakelijkheid’) in overeenstemming met Cyclische en Karmische wet, gedurende het gehele tijdperk. Zie voor de drie Grondstellingen ook H.P. Blavatsky, Proloog van *De Geheime Leer*, Theosophical University Press, Den Haag 1988. De Grondstellingen worden besproken vanaf blz. 43.
12. Zie ook José van Dijk (2018). *Vertrouwen in expertise in een digitale samenleving*; Jaarrede President KNAW 2018. Amsterdam, KNAW. Gratis te downloaden via <https://www.knaw.nl/nl/actueel/publicaties/jaarrede-2018>, laatst gezien d.d. 20 juli 2018.
13. Voor meer informatie zie het symposiumverslag nummer 17 ‘Rāja-Yoga Opvoeding van het reïncarnerende kind’ tevens *Lucifer – de Lichtbrenger*, jaargang 37, nummer 3/4, juli 2015, blz. 1-68.