

## **Waarom geluk besmettelijk is...**

Over communicatie en menselijk geluk  
in de netwerksamenleving

Noelle Aarts

We leven in een netwerksamenleving, zo wordt alom geroepen. Daarmee bedoelen we dat onze samenleving bestaat uit netwerken die elkaar overlappen, elkaar uitsluiten en voortdurend veranderen. Die netwerken zijn niet van bovenaf opgelegd. We vormen ze zelf. Om dingen voor elkaar te krijgen gaan we voortdurend verbindingen aan met andere mensen. Zo zijn scholen ontstaan, kerken, ziekenhuizen, bedrijven, sportverenigingen, overheden en ga zo maar door. Zo ontstaan ook steeds nieuwe culturen, subculturen en praatgemeenschappen. Bijvoorbeeld op het internet, waar mensen zich verbinden vanwege een gedeeld probleem, belang of ideaal.

### *Netwerken en sociale behoeften*

De netwerksamenleving is op zichzelf niks nieuws. Mensen organiseren zichzelf sinds mensenheugenis. Nieuw is het inzicht dat de samenleving chaotisch en fluïde is en dat we, door ons te verbinden in netwerken voortdurend structuren vormen die komen en gaan. We bewegen ons in netwerken omdat we inherent afhankelijk zijn van elkaar. Om dingen voor elkaar te krijgen, maar vooral om gelukkig te zijn door onze sociale behoeften te bevredigen. Denk aan onze fundamentele behoefte om erbij te horen. En als we er bij horen, de behoefte om het verschil te maken. Deze zaken kunnen we enkel regelen in interactie met anderen. Daarom gaan we steeds verbindingen aan. En dat doen we door middel van communicatie.

### *Geluk is... balanceren van bonding en bridging*

De socioloog Robert Putnam heeft twee typen verbindingen onderscheiden: *bonding* en *bridging*. Bonding verwijst naar verbindingen tussen mensen die achtergronden, belangen of doelstellingen met elkaar delen. De verbindingen tussen mensen in de wijk, van de voetbalclub, vrienden en vriendinnen op school, in het café of tussen de mensen die lid zijn van dezelfde patiëntenvereniging op het internet. Bonding heeft weinig aanmoediging nodig. Netwerken op basis van bonding ontstaan als het ware vanzelf. We vinden het fijn om te praten met mensen die we kennen en die vinden wat wij vinden. OSM, ons soort mensen.

Die geven ons een gevoel van *belonging*, en daar worden we gelukkig van, zo laat klassiek, maar ook recent onderzoek zien: *to belong is to matter*. Zo creëren we bovendien een overzichtelijke wereld waarin we het eens zijn over wat belangrijk is en wat niet en over wat waar is en wat niet. De filosoof David Hume concludeerde dat al eeuwen geleden: de waarheid is het resultaat van gesprekken met vrienden.

Bridging gaat over verbindingen tussen mensen die in andere werelden leven en in andere praatgemeenschappen tot andere waarheden en andere inzichten komen. Denk aan overheden en burgers, artsen en patiënten, rijke en arme mensen, oude en nieuwe Nederlanders. Of aan verschillende belanghebbenden bij complexe problemen rondom klimaat, milieu of de participatiesamenleving. Bridging gaat al gauw gepaard met conflict, met niet begrijpen en niet begrepen worden, met botsende waarden en belangen, met wrijving. Bridging gaat meestal niet vanzelf, ook niet in situaties waarin dat nodig is. Om problemen op te lossen, om doelen te bereiken, of om te voorkomen dat de samenleving bestaat uit groepen mensen die met de rug naar elkaar toestaan. Zonder bridging krijgt bonding ook een andere waarde. Wanneer we steeds binnen onze eigen gemeenschap bestaande meningen en waarheden reproduceren en geen andere geluiden horen, kan bonding ontaarden in een onrealistisch beeld van de werkelijkheid in al haar diversiteit. Stereotypering en onverdraagzaamheid jegens andersdenkenden zijn meestal het gevolg. Daar worden we ongelukkig van. Ik zie hier een belangrijke opdracht weggelegd voor communicatieprofessionals: het organiseren van verbindingen tussen groepen mensen die de neiging hebben om juist niet met elkaar te communiceren maar dat om allerlei redenen wel moeten doen. En het soms afremmen van al te veel bonding. Steeds op zoek naar de juiste balans.

#### *Geluk is... besmettelijk*

Zoals we hebben gezien brengt het perspectief van de netwerksamenleving de aandacht naar de sociale netwerken waarin meningen en gedragingen van mensen vorm krijgen. Wanneer we het gedrag van mensen analyseren - vaak met de bedoeling dat te veranderen - zijn we geneigd uit te gaan van kenmerken en gedragingen van het individu. Wat moeten we doen om die persoon in beweging te krijgen? Recente onderzoeken laten zien dat we veel minder zelfstandig zijn dan we graag willen denken. Ons gedrag komt in de meeste gevallen collectief tot stand. Zo zien we anno 2013 opeens heel veel mannen met baarden. Dat is de mode. Mode is in feite niets anders dan ons dagelijkse, veelal onbewuste en misschien wel ongewilde kopieergedrag.

Daarom zijn ook hobby's aan mode onderhevig, net als televisieprogramma's, vakantiebestemmingen, woordgebruik enzovoort. We imiteren en conformeren de hele dag door, omdat dat op veel momenten heel zinvol is. Want dan horen we erbij. Mark Earls heeft een mooi boek geschreven over hoe sociale netwerken bijna elk aspect van ons leven vormgeven: *De Ultieme Kudde*. Onderzoek van Nicholas Christakis en James Fowler toont aan dat ook geluk besmettelijk is: wanneer onze sociale omgeving gelukkig is, dan vergroot dat aanzienlijk de kans, dat wij zelf ook gelukkig zijn.

*Geluk is... aandacht voor de ander*

Lang genoeg heeft de nadruk gelegen op communicatie in de zin van zenden, mededelen en overtuigen. De perspectieven van sociale netwerken en collectief gedrag brengen de aandacht naar wat er tussen mensen gebeurt, naar interactie. Het fenomeen luisteren, als in 'betekenis verlenen in interactie' wordt ook professioneel steeds belangrijker. Kijken we naar wat mensen doen met *twitter* en *facebook*, dan zien we dat zij deze media in belangrijke mate aangrijpen om te luisteren – wat komt voorbij? – en om zich met anderen te verbinden – kan ik je helpen- ? Steeds belangrijker wordt empathisch luisteren. Luisteren naar wat anderen beweegt, zonder meteen een oordeel te vellen of ons eigen verhaal er tegenover te stellen. Luisteren naar verhalen van anderen, om daar vervolgens bij aan te sluiten. Zo leggen we effectieve verbindingen in onze omgeving, met gelijkgestemden, maar ook met andersdenkenden. Dat is nodig, voor organisaties om in tune te blijven met hun omgeving, maar ook voor ons persoonlijk geluk.

*Geluk is... werken in een excellente organisatie*

We kunnen de wereld mooier maken wanneer we beter nadenken over de manier waarop we met elkaar om gaan en met elkaar communiceren. Professioneel én persoonlijk want als het goed is ligt dat onmiddellijk in elkaars verlengde. Het goede nieuws is dat er al behoorlijk wat mensen en organisaties zijn die hier dagelijks vorm aan geven. Zo laat onderzoek van Wessel Ganzevoort zien dat excellente organisaties nooit excellent zijn vanwege hun mooie product, of vanwege hun hoge winsten. In plaats daarvan draait alles om intermenselijk gedrag: mensen in excellente organisaties gaan vriendschappelijk met elkaar om, helpen elkaar als dat nodig is, geven elkaar complimenten, er heerst onderling vertrouwen en rechtvaardigheid staat hoog in het vaandel. Het begrip *employer branding* krijgt hier betekenis: wanneer mensen voelen dat ze met respect worden behandeld, dan zijn ze trots op hun organisatie en tonen ze loyaliteit.

Als ze dat uitdragen is geen betere *corporate branding* mogelijk. Zo werken we van binnenuit aan de reputatie van de organisatie.

*Geluk is... effectief omgaan met voortdurende dynamiek en oneindige transparantie*

Het perspectief van de netwerksamenleving nodigt communicatieprofessionals om de wereld leefbaarder te maken. Dan moeten we wel investeren om dingen te leren die daarbij helpen. We kunnen leren van jongeren die op onbekommerde wijze al doende hun weg vinden in de netwerksamenleving en veel te bieden hebben. We kunnen ook leren van organisaties die het goed doen, die het goede doen. Organisaties die opgewassen zijn tegen karakteristieken van de netwerksamenleving die we vooralsnog als ongemakkelijk ervaren. Denk aan het gebrek aan controle en voorspelbaarheid of aan de oneindige transparantie, mede als gevolg van ons intensieve internetgebruik.

Kortom, leren hoe we onszelf overeind kunnen houden, en tegelijkertijd menselijk geluk kunnen bevorderen in een omgeving die voortdurend verandert. Dat moeten Adam en Eva ook besproken hebben toen ze samen in het Paradijs liepen. Oude wijn, maar wel in nieuwe zakken. Ook wat waard!