

Hoe sociale innovatie Nederland kan verbeteren

Peter-Paul J. Biermans

De Nederlandse samenleving lijkt rumoerig. Een gevoel van onrust op terreinen als de politiek, ruimtelijke ordening, economie en integratie bekruipt veel Nederlanders. Dat blijkt uit alledaagse zaken als wantrouwen in de politiek, ontevredenheid over de indeling van het land, kredietcrisis en de discussies over allochtonen. Velen van ons willen graag wat minder dynamiek in de samenleving, wat meer continuïteit en rust op macroniveau. Als we dat voor ons gevoel kunnen realiseren, voelen we ons beter thuis in eigen land. Als we onze samenleving kunnen innoveren, zijn we beter toegerust voor de problemen van deze tijd. Innoveren betekent vernieuwen, verbeteren, veranderen. De hier bedoelde innovatie betreft sociale innovatie, innovatie van de manier waarop we samenleven en werken. Sociale innovatie vergt 'bewust' bezig zijn met de grote vragen van deze tijd, bijvoorbeeld op het gebied van globalisering, integratie, duurzaamheid en onze democratie. Bewustzijn kan worden ontwikkeld, dat heet bewustwording. Bewustwording kan worden georganiseerd. Dat is wat sociale innovatie omhelst.



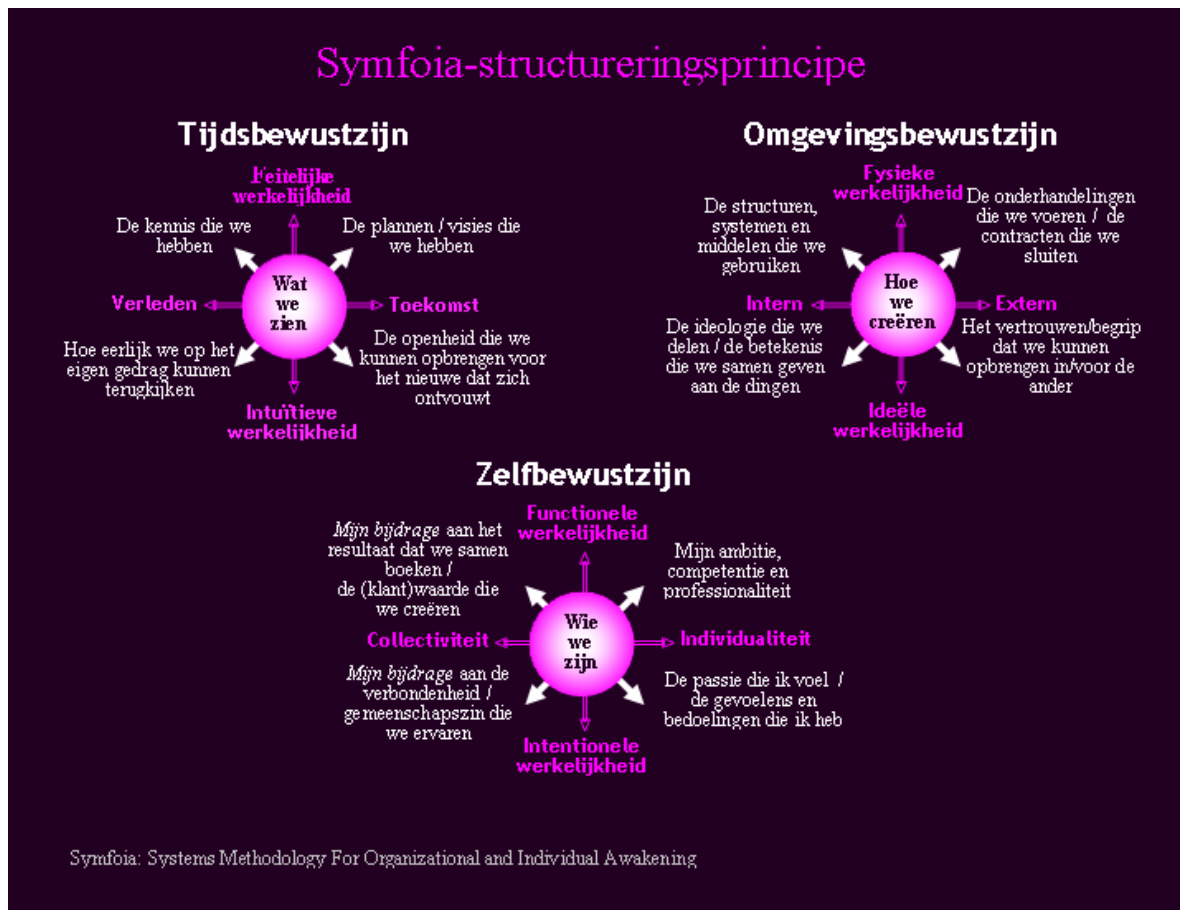
De jonge Rotterdamse runner-up socioloog Willem Schinkel betoogt in zijn boek *Denken in een tijd van sociale hypochondrie* dat wij in Nederland niet door hebben hoe radicaal we zijn. Enerzijds veroordelen we moslims om hun bekrompenheid en te geringe vrijheid, bijvoorbeeld in seksuele zin en qua vrijheid van meningsuiting. Anderzijds veroordelen we mensen die té (seksueel) ongeremd, té ongemanierd, té brutaal en té individualistisch zijn. Deze dualiteit in onze opinievorming noemt Schinkel de ideologie van vrijheid en verantwoordelijkheid. "In ouderwetse klassentermen uitgedrukt zou je kunnen zeggen: het is tegenwoordig vrijheid aan de top, en paternalisme aan de onderkant. Maar in principe zou het voor iedereen kunnen gelden, dat is het totalitaire ervan. Jij en ik, met een baan bij de krant en bij de universiteit, hebben nu dispensatie van integratie. Totdat we werkeloos worden." De 'gebrekkige' burgers aan de onderkant van de maatschappij verwijten we een gebrek aan vrijheid. De 'gegoede' burgers aan de top en in de middenklasse verwijten we een gebrek aan verantwoordelijkheid.

Deze analyse duidt erop, dat - in termen van bewustzijn - het lijkt alsof de Nederlander een selectief bewustzijn heeft. Plato en Aristoteles maakten al onderscheid tussen omgevingsbewustzijn, tijdbewustzijn en zelfbewustzijn. Bewustzijn is niet 'zweverig' of 'goeroeachtig'. Symfoia heeft deze bewustzijnsdefinities uitgewerkt in een Westers begrippenkader (zie figuur).

Het selectieve bewustzijn uit zich bijvoorbeeld in een te laag vertrouwen dat we opbrengen voor de ander. Dat uit zich weer in onbegrip voor andere culturen en religies en mensen die 'anders' zijn. Een andere vorm van selectief bewustzijn is dat van overmatig structureren en reguleren. Het resultaat hiervan is polarisatie, mensen in 'hokjes' stoppen, 'harde' regels willen stellen met 'streng' optreden, waarbij de menswaardigheid in het geding kan komen.

Overbegrip en onderbegrip zijn twee kanten van dezelfde medaille. Ons streven zou moeten zijn: normalisatie van ons bewustzijn, dat betekent bijvoorbeeld het afvlakken van wantrouwen of overstructurering. Té is nergens goed voor. Nu praten we graag over 'de Nederlander', maar in wezen heeft elke Nederlander zijn eigen bewustzijnsprofiel. Te weinig omgevingsbewustzijn in de zin van onbegrip voor andere culturen en gewoonten en in de zin van het weigeren te accepteren dat niet iedereen hetzelfde denkt en doet als wij, leidt tot neoconservatieve uitingen van publieke personen en hun aanhangers, die zich

keihard opstellen (doodstraf bij aanhangers van Rita Verdonk; uitbannen van Koran door Geert Wilders). Het is de moeite waard om na te gaan of deze aanhangers een gemeenschappelijk specifiek bewustzijn hebben. Als dat zo is, kunnen we als maatschappij gericht gaan werken aan bewustwording met als doel het normaliseren van ons bewustzijn.



Als we omgevingsbewustzijn definiëren als SQ (sociaal quotiënt), tijdbewustzijn als IQ (intellectueel, rationeel quotiënt; niet te verwarren met de intelligentietest) en zelfbewustzijn als EQ (emotioneel quotiënt), zouden we ook kunnen stellen, dat het voor onze samenleving de moeite waard is te meten hoe de verhouding tussen deze bewustzijnsdefinities is. Behalve normalisatie van ons omgevingsbewustzijn - bijvoorbeeld het minder overgevoelig en minder structurerend worden, is er ook behoefte aan een groter tijdbewustzijn: meer uitgaan van feiten en argumenten, meer visie en strategie, grotere flexibiliteit en lerend vermogen. De veelbesproken nieuwe canon over de Nederlandse geschiedenis is immers een uiting van groter tijdbewustzijn. De visie van Geert Wilders getuigt van weinig tijdbewustzijn, omdat het lijkt dat hij weinig oog heeft

voor feiten en inspeelt op stemmingmakerij en gevoel van onbehagen. Zouden veel Nederlanders ook niet gebaat zijn bij een groter zelfbewustzijn? Vertrouwen in je eigen kracht, eerlijkheid en oprechtheid, recht door zee zijn en staan voor wie je bent, ambitieus in wat we als land willen bereiken en met respect voor anderen, passievol, je niet van de wijs laten brengen. Dát zelfbewustzijn lijken we als volk een beetje kwijtgeraakt te zijn. Ten koste van de gemeenschapszin viert het individualisme hoogtij. Kortom, op alle fronten zijn vele groepen Nederlanders uit hun bewustzijnsbalans geraakt.

Kan deze balans kan worden verbeterd? Of, hoe kan ons bewustzijn worden genormaliseerd? Zo'n verbetering is een innovatie, preciezer geformuleerd, een proces van sociale innovatie: innovatie van ons sociale systeem, het samenlevingssysteem waarin we samenleven en werken. Edwin Lambregts en Richard Puyt maken op www.managementsite.nl (26-02-2008) een driedeling in typen innovatie. Zij maken onderscheid tussen product- en procesinnovatie (de 'wat' vraag), strategische innovatie (de 'waartoe' vraag) en sociale innovatie (de 'hoe' vraag). Met sociale innovatie wordt ook wel innovatief organiseren bedoeld. Volgens het ministerie van Economische Zaken is de definitie van sociale innovatie 'vernieuwing van de arbeidsorganisatie waarbij talenten worden benut en prestaties worden verhoogd.' Deze definitie is ontworpen vanuit bedrijfskundig oogpunt, dus bedoeld voor bedrijven en not-for-profit organisaties. In de praktijk komt het erop neer, dat we slimmer moeten werken, flexibeler moeten organiseren en dynamischer moeten managen, willen we sociaal innoveren. Maar wat betekent dit op macroniveau, op maatschappelijk niveau, voor Nederland? De bedrijfskundige definitie kunnen we doortrekken naar een maatschappelijk niveau. Dan praten we niet alleen over economische prestaties in het sociale systeem van een bedrijf, maar over sociologie, economie en politicologie. In dát kader dienen we vervolgens 'normalisering van ons bewustzijn' te zien, wat een proces is van 'bewustwording'.

Intermezzo: onze samenleving is in de geschiedenis continu onderhevig aan sociale innovatie. Het is een doorlopend proces, dat met sprongen gaat. Neem bijvoorbeeld de trek van het platteland naar de stad. Dat heeft de manier waarop onze samenleving is georganiseerd, volkomen veranderd. Ook daar speelde bewustwording een grote rol, namelijk de bewustwording van het kunnen vergroten van welvaart en welzijn van de burgers: werk, primaire levensbehoeften, gezondheidszorg, scholing. De hedendaagse bewustwording lijkt in het Westen meer te liggen op het betekenisgevende en spirituele vlak.

Bewustwording is de basis voor al ons handelen. Elk mens heeft zijn eigen bewustzijnsprofiel, zijn eigen dominante oriëntaties van gedrag, houding, denken en voelen. Maar mensen beïnvloeden elkaar, werken samen of werken elkaar tegen. Daar gaan bewustzijnsprofielen elkaar versterken of remmen. Daar ontstaan groepeffecten. Zo zien we dat individuele en interacterende bewustzijnsprofielen in groepsverband leiden tot 'posities', tot 'meningsvorming', tot 'polarisatie', tot 'wantrouwen' en tot 'ingraafgedrag' op zo'n manier dat het moeilijk is om uit de karrensporen van het eigen gelijk te komen. Dat zien we heel duidelijk in de politiek en in de relatie tussen politieke bestuurders en burgers.

Verandering bereiken we alleen door een veranderend bewustzijn, door een andere mentale inslag. Sociale innovatie van een land is - evenals in een bedrijf - het organiseren van individuele en collectieve bewustwording. Het organiseren van bewustwording is een proces van adviseren, opleiden, coachen en oefenen. Een proces dat op alle plaatsen in de samenleving dient te gebeuren. Dat dient te worden ondersteund door wetenschappers, schrijvers, kunstenaars en politici. Door bestuurders en volksvertegenwoordigers van het Rijk, provincies en gemeenten. Op bedrijfsniveau door bestuurders, directeuren, managers en adviseurs. Op school door de docenten. In het gezin door de ouders en opvoeders. In de sportclubs door de besturen en coaches. Allereerst zullen zij zichzelf meer bewust dienen te worden, daarna anderen, aan wie zij direct of indirect leidinggeven, hiermee dienen te helpen.

Een nieuw vakgebied op het grensvlak van sociologie, economie en politicologie zou wel eens sociale innovatie kunnen heten, het organiseren van bewustwording. Dat heeft de nieuwe generatie wetenschappers door. Daarom spreekt de visie van Willem Schinkel zo aan. Door dit besef zijn we in staat ons beter thuis te gaan voelen in ons eigen land!

Peter-Paul Biermans is biochemicus en actief als ondernemer, strategisch marketeer en organisatieadviseur. Hij is medeoprichter en Managing Director van Symfoia B.V. De functionaliteit van het Symfoia-systeem (dat bewustwording meet) staat - via Internet - ter beschikking van publieke en private organisaties. Meer informatie is te vinden op www.symfoia.com.