

### **Wat is waar? Wees kritisch**

- Loyalty to one's Lord
- What happens to man is subject to fate
- Live is hard and grim with failure an essential part of it

Ik heb werkelijk geen idee meer waar dit over gaat, maar wel dat we het op de middelbare school hebben moeten leren. Het was onderdeel van de Engelse literatuur, maar wat de context was,...?! Ik weet niet meer over wie het ging, in welke tijd het zich afspeelde, of wat de oorzaak was. Maar,... ik weet het wel.

Ik ken de feiten. De nieuwe generatie heeft het omgekeerde probleem. Zij voeren een omschrijving in en Google vertelt hen de feiten. Inclusief het tijdperk, de context en de vertaling naar het Nederlands.

De één weet het, de ander zoekt het. Dat maakt toch niet uit?!

Dat is niet helemaal waar. Het werken met Google en het internet kent één groot probleem: Wat is waar? Vroeger las je in een schoolboek 'de waarheid'. Kranten en andere media als het 8 uur journaal vertelden ons hoe de wereld in elkaar zat. Die media geloofden we toen ook nog, toch? Of in ieder geval een beetje.

Maar dat is definitief voorbij. Wij doen thuis altijd het spelletje 'voorspel het nieuws'. Het is de kunst de programmering van het 8 uur journaal van te voren te voorspellen. Probeer het maar eens. Na een week oefenen, kunt u solliciteren als eindredacteur. De programmering is van te voren bekend en het waarheidgehalte is bovendien minimaal dubieus.

Wat is waar? Google produceert grote hoeveelheden informatie op basis van zoekwoorden. Google gebruikt daartoe de informatie die beschikbaar is op het net. Die informatie is het resultaat van actieve mensen, die, om welke reden dan ook, die informatie er op hebben gezet. Maar is die informatie juist? Wat weten we van die informatie.

Neem ons vakgebied. Kwaliteitsmanagement. De hoeveelheid onzin, die over dat vakgebied op het net is terug te vinden, is fenomenaal. Wel veel informatie, maar een groot deel is onjuiste of dubieus. Hoe kan een onwetende zoeker nu de juistheid of compleetheid van informatie achterhalen?

Vroeger hadden we een leraar en die vertelde ons de 'waarheid'. Er was een Christelijke waarheid en een openbare waarheid. En die geloofden we. Misschien naïef, maar je vertrouwdte er onbewust op, dat de verhalen op één of andere manier op wetenschap waren gebaseerd. Je vertrouwdte ook op de oprechtheid van de leraar. Misschien was zijn informatie niet juist, en dat bewijs is later ook vaak geleverd, maar er was vertrouwen.

Op zich is het niet erg, dat we als onwetenden onze informatie nu van het net halen, maar dat vereist dan wel, dat we buitengewoon kritisch zijn. Aanbieders hebben een bedoeling, een achtergrond en een ethiek. Die kennen we meestal niet, of we sluiten onze ogen er voor. Er zijn in ieder geval veel meer waarheden, dan alleen een Christelijke en een openbare. Mensen op het net hebben vele bedoelingen: commerciële, religieuze, terroristische, seksuele, ethische, politieke bedoelingen en vooral eigen belang.

Gek genoeg gaat het daar te vaak mis. We zijn niet kritisch genoeg. We nemen aan, combineren, middelen, polderen, laten ons leiden door emoties, hebben een eigen agenda en geloven in de teksten en beelden die we zien.

Het net is niet meer dan een verzameling teksten van ons allen. In dat opzicht vergelijkbaar met een democratie. De kwaliteit daarvan is zo goed als de stemmers die stemmen. Wikipedia is zo goed als we denken dat het is.

En dat maakt het systeem kwetsbaar. Dat maakt onze samenleving kwetsbaar. Vroeger hadden we mijlpalen in ons onderwijs. Waarheden, stellingen en opdrachten die soms moeilijk waren, maar wel juist. Nu zoeken we ons een weg door het net en de informatie die we daar tegenkomen is ons kader. Het is nog erger, want google bepaalt de informatie die het eerst wordt getoond en handige mensen weten, dat dat te beïnvloeden is.

Het enige antwoord daarop is kritisch zijn. Uiterst kritisch zijn. En zo zijn we toch weer terug bij kwaliteitsmanagement. We zijn te weinig kritisch. We reageren op emoties, laten ons leiden door collega's met een grote mond, cijfers uit computers en stagiaires met een onderzoek. Wat we daarentegen moeten doen, is meten, analyseren en kritisch zijn.

We komen in onze praktijk zulke gekke dingen tegen. Aannames over klanttevredenheid, vermoedens over bereikbaarheid, schattingen van veiligheidsvoorraden of doorlooptijden. Niks aannemen, kritisch meten en analyseren!

Misschien heeft de oudere generatie ons verleerd kritisch te zijn?! Wat we vroeger leerden begrepen we niet, maar was wel juist. Dat dachten we tenminste, tot het tegendeel werd aangetoond. Het gaf ons een idee van kaders en grootheden, zodat je begreep dat een kilo veren evenveel weegt als een kilo lood. Je kreeg gevoel voor nanogrammen, de afstand tot Wladiwostok en de sociale verhoudingen bij de voetbalvereniging. Die kaders zijn weggevallen en dat maakt ons kwetsbaar.

Ik weet dat de stellingen van mijn lessen Engelse literatuur juist waren. Het is niet veel, maar het is tenminste iets. Een uitgangspunt. Wie bepaalt nu onze uitgangspunten? Het net, google, de marketingafdeling of de accountant? Waar zouden we het antwoord daarop nu weer kunnen vinden?

Met vriendelijke groeten,

Patagonia  
Voor rendementsverbetering en kwaliteitsmanagement.

### **Contactgegevens**

*Bezoekadres:*

Baanhoek 184  
3361 GN Sliedrecht

Telefoon : 078-6209935  
Fax : 078-6209936  
E-mail : [info@patagonia-bv.com](mailto:info@patagonia-bv.com)  
Skype : Patagonia-Jeroen  
Website : [www.patagonia-bv.com](http://www.patagonia-bv.com)

*'Jumping to a higher level'*



*Postadres:*  
Patagonia Consultants B.V.  
Boshoek 7  
3332 KA Zwijndrecht