

Mindhacking

De praktijk van beïnvloeden

Ronald van Aggelen

Geïnspireerd door 25 jaar naar mijn klanten te luisteren

Ondersteund door Liesbeth en onze kinderen

© 2016 Futuro Uitgevers BV, Amsterdam

Eindredactie: Ingrid Monnichmann
Correctie: Elibro Tekst & Redactie
Illustratie: Loko Cartoons
Vormgeving en zetwerk: az grafisch serviceburo b.v., Den Haag

ISBN 9789492221308
NUR 801
Mail: welkom@futurouitgevers.nl

Alle rechten voorbehouden. Alle intellectuele eigendomsrechten, zoals auteurs- en databankrechten, ten aanzien van deze uitgave worden uitdrukkelijk voorbehouden. Deze rechten berusten bij Futuro Uitgevers BV en de auteur.

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen, mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Hoewel aan de totstandkoming van deze uitgave de uiterste zorg is besteed, kan voor de afwezigheid van eventuele (druk)fouten en onvolledigheden niet worden ingestaan en aanvaarden de auteur(s), redacteur(en) en uitgever deswege geen aansprakelijkheid voor de gevolgen van eventueel voorkomende fouten en onvolledigheden.

www.futurouitgevers.nl www.twitter.com/futurouitgevers www.facebook.com/futurouitgevers

Inhoud

Voorwoord	5	
Inleiding	7	
De zeven hoofdstukken	15	
De doelgroep	20	
1. Mindhacking	23	3
1.1. De angst voor de manipulator	26	
1.2. Mindhacking in management	29	
1.3. Mindhacking in marketing	35	
1.4. De mindhacker herkennen	39	
2. Framing	45	
2.1. Woorden en gedrag	45	
2.2. Hersenspinsels	54	
2.3. Onbewust beïnvloeden (coverte mindhacking)	58	
2.4. Bewust beïnvloeden (overt mindhacking)	62	
2.5. De praktijk	64	
3. Priming	67	
3.1. De laatste herinnering	68	
3.2. Subliminale beïnvloeding: 'Drink cola en eet popcorn'	72	
3.3. Acht primingtechnieken voor managers	73	
3.4. Primingexperimenten en de praktijk van mindhacking	77	
3.5. De vrije wil	83	

4.	Coping	87
4.1.	Persoonlijkheid	88
4.2.	Herken jezelf en de ander	91
4.3.	Stijlverschillen, gedrag en samenwerken	96
4.4.	Intuïtie en cold-reading	103
5.	Choices	115
5.1.	Informatieverwerking	115
5.2.	Bewuste of onbewuste keuzes	121
5.3.	Keuzes via mindhacking	129
5.4.	Keuzes en gewenste gedragsverandering	137
6.	Reinforcement	143
6.1.	De kracht van de herhaling	144
6.2.	Reinforcementprincipes	149
6.3.	Behaviour modification and shaping	153
7.	Mindhacking in de praktijk	161
7.1.	Mindhacktips & -tricks	163
7.2.	Authenticiteit en beïnvloeding in de praktijk	169
7.3.	Confronterend communiceren en de praktijk van beïnvloeden	172
7.4.	Bewust en onbewust communiceren in de praktijk van beïnvloeden	178
7.5.	Persoonlijkheid en communicatie in de praktijk van beïnvloeden	180
	Afsluiting	183

Voorwoord

Een aantal jaren geleden stond ik op het schoolplein te wachten op mijn dochter. Een bonte verzameling Gooische ouders stond in groepjes in een lauw lenteszonnetje elkaar de maat te nemen. Zoals altijd zocht ik naar een veilige haven, een groepje waarbij ik kon aansluiten of een bekende met wie ik een praatje kon aanknopen. Gelukkig zag ik de vader van het vriendinnetje van mijn dochter, een vakgenoot consultant en trainer. Al enige tijd was ik bezig met het ontwikkelen en uitvoeren van workshops gericht op gedragsverandering. Daarbij raakte ik gefascineerd door het mindhacking karakter van sommige interventies. Ik vertelde hem over de nieuwe trainingen die ik had ontwikkeld, waarbij het vooral ging om het gebruikmaken van bestaande kennis over menselijk gedrag en gedragsverandering en deze te vertalen naar praktische toepassingen.

5

De volgende dag drukte deze vader mij een boek in handen vol aantekeningen en tekeningen: het boek *Invloed* van psycholoog Robert Cialdini. Het boek gaf een beschrijving van zes fundamentele technieken die bij elkaar het fenomeen 'beïnvloeding' weergeven. Het boek heeft mij aangezet om verder na te denken over beïnvloeden als gedragsfenomeen in het algemeen en 'mindhacking' in het bijzonder. Mijn eigen ervaringen en de wetenschappelijke kennis over beïnvloeding hebben de kaders gegeven. Ruim dertig jaar werkervaring met mensen die keuzes (moeten) maken en vermijden, levert honderden praktijkvoorbeelden van beïnvloeding en mindhacking. De wetenschap heeft met haar experimenten en onderzoeken mechanismen en patronen aangetoond. Door in dit boek de praktijkervaring en de wetenschap te combineren, geef ik de lezer zicht op de achtergronden en toepassingsmogelijkheden van het begrip mindhacking.

Voor mij is mindhacking een techniek om mensen van A naar B te brengen waarbij B van tevoren bepaald is. Ik licht verder toe hoe gewoon het begrip is en hoe normaal het is om in het dagelijks gebruik in te zetten. Er is grote weerstand tegen het gebruik van woorden als manipuleren of mindhacking, het roept snel negatieve associaties op. Mensen zijn bang om gemanipuleerd te worden en ze worden boos als ze vermoeden dat zichzelf of anderen worden gemanipuleerd. Daarbij denken mensen dan dat ze geen

invloed meer hebben op hun handelen. Tegelijkertijd bestaat er bij velen ook het besef dat we altijd bezig zijn om zaken naar onze hand te zetten en dat we altijd bewust en onbewust bezig zijn de gedachten en de motivatie van anderen te beïnvloeden. Mindhacking is dus de gewoonste zaak van de wereld.

Dit boek is bedoeld als handboek voor gerichte beïnvloeding. In het eerste hoofdstuk wordt het begrip mindhacking toegelicht en in het perspectief gezet van de dagelijks leef- en werkomstandigheden. Naast deze toelichting op het begrip is er in het boek een indeling gemaakt naar de basisprincipes van mindhacking: framing, priming, coping, choices, nudging en reinforcement. Ik maak gebruik van Engelse terminologie omdat in de Nederlandse vertaling van genoemde begrippen een wat krampachtige betekenis zit: nudging wordt 'aanstoten' en priming wordt 'grondverf' of 'ingepompte kennis'. Dat zijn geen handige begrippen om te gebruiken en dit is de reden om alle onderdelen in het Engels te benoemen, ook al is het begrip choices wel erg makkelijk in de Nederlandse betekenis te gebruiken.

6

Doelgerichtheid is het basisprincipe achter mindhacking, want zonder richting is mindhacking niet mogelijk. Je moet een doel voor ogen hebben om mensen mee te kunnen nemen. Het tweede principe is een voorwaardelijk element: inlevingsvermogen. Je inleven in een ander levert de aanknopingspunten om aan te sluiten bij drijfveren en motivatie. Door aan te sluiten bij drijfveren kan je een ander makkelijker meekrijgen. Beïnvloeden is het derde principes achter mindhacking en kan worden gezien als de techniek achter het handelen; het gaat over vaardigheden en toepasbaarheid, over richtlijnen, tips en procedures. Deze drie principes komen bij elkaar in het keuzeproces dat mindhacking is. Het maken en afdwingen van keuzes zijn de kern van mindhacking en als zodanig een resultante van de andere drie principes.

In het afsluitende hoofdstuk 7 worden tips en adviezen gegeven om mindhacking in de praktijk toe te passen. In dit boek gaat het om de herhaling van de boodschap die onder effectieve mindhacking schuilgaat: bepaal je doel, laat je niet afleiden en zorg voor commitment ofwel verbinding tussen doelen en zowel eigen overtuigingen als die van anderen. Herhaal de boodschap voor jezelf en voor anderen: doel, focus en verbinding. Neem mindhacking serieus: zet een doel, hou focus en verbind je met dat doel. Doe dit rigide en frequent. Als je last hebt of krijgt van het woord, neem dan een ander woord: beïnvloeden en overtuigen mogen ook. Maar blijf de mantra herhalen: doel, focus en verbinding. Het levert uiteindelijk het gewenste resultaat. En dat is toch wat we allemaal willen?

Inleiding

Welk woord gebruik je liever: manipuleren, mindhacking of beïnvloeden? Manipuleren roept direct weerstand op. Dat komt vooral omdat het begrip nu eenmaal een negatieve lading heeft. Het woord 'beïnvloeden' is meer algemeen geaccepteerd, zeker in de wereld van management en advies. Mindhacking als begrip is nieuw. Het is de actie die je onderneemt als je mensen wilt beïnvloeden of manipuleren. Het woord manipulatie alleen al roept heftige reacties op. Manipulatie wordt immers gezien als de ultieme vorm van misleiding. In de media wordt dankbaar gebruikgemaakt van de emotionele lading achter het begrip. Een greep uit de pers op een willekeurige zaterdagochtend:

7

'Testen voor CO₂ uitstoot van auto's worden gemanipuleerd om een positievere uitkomst te krijgen.'

'Amerikaanse toezichthouders onderzoeken mindhacking van de goudprijs.'

'Manipuleren van het onderzoek naar de bende van Nijvel niet bewezen, noch uitgesloten.'

'Weerbaarheidstrainingen tegen grensoverschrijdend gedrag zoals manipuleren, verbaal of fysiek geweld.'

Mindhacking ligt dicht in de buurt van 'manipulatie' en daarom ben ik ook op zoek gegaan naar de betekenis van en de beleving achter het woord manipulatie. Dan kom je in een dichotomie; er wordt meteen een tweedeling gemaakt: positief of negatief. De associaties met het woord manipulatie zijn veelal gekoppeld aan negatieve voorbeelden: het manipuleren van individuen en groepen mensen in een richting die ze niet willen of waar ze zelf geen weet van hebben. Het gaat daarbij om de afhankelijkheid van anderen. Er wordt dan misbruik gemaakt van die afhankelijkheid en de

kwetsbaarheid van mensen. Als het woord wordt gebruikt in een gesprek, een presentatie of een statement, dan hoort er altijd een uitleg bij. Het voordeel is overigens wel dat er meteen aandacht is.

8 Het begrip manipuleren heeft etymologisch gezien de oorsprong in het Latijn. Manipulus betekent 'een handvol', afgeleid van manus (hand) en plere (vol). Rond 1730 werd het gebruikt om verschillende behandelingen en technieken te beschrijven voor het opgraven en behandelen van mineralen, waaronder erts. Het was de Franse militair Frezier, die ook als 'ingenieur ordinaire' verbonden was aan het Franse koningshuis, die het woord gebruikte in zijn boek over zijn reizen naar Zuid-Amerika waarin hij schreef over het behandelen van mineralen, met name ijzererts. Het woord 'manipule' wordt rond 1765 ook gebruikt als maat door apothekers (een handvol). In 1826 wordt het begrip voor het eerst gebruikt om het vakkundig bewerken van objecten te beschrijven. In de late negentiende eeuw wordt het steeds vaker gebruikt om mentale beïnvloeding aan te geven. Pas later (rond 1900) wordt het gebruikt om behandeling van mensen te illustreren. De in die tijd meest populaire verklaring van het woord is 'de met de hand afgedwongen beweging'. Daardoor werd het in de jaren twintig van de twintigste eeuw als eufemisme gebruikt voor masturbatie. Manipulatie wordt heden ten dage óf gebruikt om aan te geven dat men iets wil bereiken door mensen naar de hand te zetten, óf het wordt gebruikt in de geneeskunde c.q. wetenschap. Voorbeelden daarvan zijn de fysiotherapie die manipulatie gebruikt als techniek en de manipulatie van gewassen en dieren door een verandering in de genetische samenstelling. In wetenschappelijke experimenten wordt manipulatie gebruikt om aan te geven welke gegevens worden veranderd om te toetsen of bepaalde uitkomsten te veranderen.

In dit boek gebruiken we de woorden manipulatie en mindhacking als neutraal geladen woorden. Ondanks dat deze woorden in onze cultuur een negatieve lading hebben, wil ik laten zien dat mindhacking op zich niets te maken heeft met het uitbuiten van anderen, maar dat het een vast onderdeel is van ons leven en dat iedereen het doet.

Woordgebruik is essentieel voor het overbrengen van boodschappen. Als een woord negatieve reacties oproept, dan kun je overwegen om een ander woord te gebruiken. Dit principe heet 'framing' en wordt in hoofdstuk 3 verder uitgewerkt. We spreken daarom in managementtaal liever niet over mindhacking, maar over beïnvloeden of overtuigen. Op het begrip beïnvloeden komen we nog menigmaal terug. Bij het begrip 'overtuigen' hoort een heel ander verhaal. Het is de kunst van de retoriek. Retorica is het effectief spreken en schrijven met de bedoeling mensen te overtuigen.

Rationeel als we zijn, denken we dat inhoud en logica daarbij doorslaggevend zijn. Echter, de effectiviteit van een boodschap is voor een groot deel afhankelijk van bewust en onbewust ingezette ingrediënten die losstaan van ratio en logica. Soms is het de stem of het uiterlijk, soms is het een enkel woord of een specifieke omgeving. Dat gebeurt vaak onbewust. Tegelijkertijd zijn er talloze adviseurs die zich specialiseren in het begeleiden van mensen die een boodschap moeten overbrengen. Overtuigen is een vaardigheid die voor sommige beroepsgroepen doorslaggevend is. Denk aan spindoctors, politici, presentatoren en CEO's. Die vaardigheid wordt in de kunst van de retorica, vooral aan de hand van de metafoor van een oosterse vechtsport, ook wel eens vergeleken met een gevecht: met de sierlijkheid van de bewegingen, de uiterst getrainde vaardigheden en vooral het respect voor de tegenstander. Ook hier kan je kiezen voor de positieve of de zwarte benadering. Als we 'overtuigen' in het rijtje van begrippen plaatsen waarmee we anderen naar de hand willen zetten, dan is ook de retorica een techniek om te manipuleren. Retorica kan bijvoorbeeld worden ingezet om toehoorders te misleiden met een verzameling communicatietrucs. Het gaat hier bijvoorbeeld om drogredenen en het inspelen op vooroordelen en mindere gevoelens van het publiek. Populisten zijn meesters in het gebruik van deze technieken waarbij karikaturen en angsten gekoppeld worden aan het afdwingen van keuzes. Het 'minder-minder' incident over Marokkanen in Nederland is daarvan een triest voorbeeld. Ook kleding, stemvolume en stemhoogte spelen hierop in. Het doel heiligt daarbij de middelen. In deze zin heeft retorica een negatieve connotatie. Het gaat dan niet om een evenwaardige relatie of om een professionele uitdaging voor een debat zoals in de politieke arena van de Tweede Kamer. In hoofdstuk 3 wordt nader ingegaan op taalconstructies, spreekvaardigheid en een bepaald woordgebruik om gedrag te beïnvloeden.

9

Manipulatie wordt hier beschreven als een proces: een proces om mensen van A naar B te brengen, waarbij B van tevoren bepaald is. Daar zit de kern van de benadering: door een eindresultaat te definiëren en dus een doel te formuleren, wordt manipulatie nuttig. Het helpt je resultaten te bereiken en prestaties te verbeteren. Mindhacking en beïnvloeden is daarbij een techniek. Net zo goed als motiveren, stimuleren en enthousiasmeren.

In de voorbereidingen van dit boek heb ik vele discussies gevoerd over het onderwerp en de titel. Voornamelijk gingen de discussies over de impact die het woord kan hebben op onderwerpen als betrouwbaarheid, professionaliteit en vertrouwen. Daarbij ontkwam ik zelf ook niet aan de vraag of ik als persoon of als professional beschadigd zou worden en met mij mijn businesspartners en de organisatie waaraan ik verbonden ben. Kunnen

bestaande klanten of toekomstige relaties omgaan met dit onderwerp en het feit dat ik als manipulator pur sang zou worden geïdentificeerd? In gesprekken zijn sommige gesprekspartners op hun hoede en vragen zich soms hardop af of ze al door mij zijn of worden gemanipuleerd. Meestal wordt dat met een grapje afgedaan, maar het basaal onrustige gevoel blijft aanwezig. Natuurlijk kan ik aangeven dat iedereen manipuleert en dat het bewust en onbewust in relaties plaatsvindt. Natuurlijk kom ik mensen tegen die mijn benadering volledig omarmen. Toch blijft er een zweem van ongemak bestaan. Ook het gebruik van een begrip als beïnvloeden kan dat niet voorkomen. Vandaar dat een inkadering van het begrip mindhacking en het gebruik ervan relevant is.

10

De inkadering helpt met het relativeren van de impact en de bewustwording van de eigen invloed. Daarbij maak ik gebruik van twee dimensies die in elke discussie over mindhacking naar voren komen: de relatie tussen mindhacking en beïnvloeden en het gebruik van mindhacking op bewust en onbewust niveau. Daarnaast kan je zelf actief beïnvloeden maar ook beïnvloed worden. Die relaties tussen de dimensies worden geïllustreerd in de matrix. In de matrix wordt enerzijds onderscheid gemaakt tussen bewust en onbewust handelen; anderzijds wordt een indeling gemaakt in beïnvloeden en beïnvloed worden. De verschillende combinaties leveren zicht op de scope waarbinnen het woord mindhacking kan worden gebruikt.

	Bewust	Onbewust
Beïnvloeden	<p>Overte mindhacking Op een doelgerichte wijze anderen beïnvloeden.</p> <p><i>Voorbeeld:</i> bij het referendum over Oekraïne in april 2016 werd door partijen zeer bewust gebruikgemaakt van mindhacking om keuzes te beïnvloeden.</p>	<p>Authenticiteit Beïnvloeden van anderen op een onafhankelijke, transparante wijze.</p> <p><i>Voorbeeld:</i> een charismatische leider of ondernemer zoals Richard Branson neemt op zijn eigen wijze mensen mee in zijn enthousiasme.</p>
Beïnvloed worden	<p>Overtuiging Op basis van intrinsieke keuzes beïnvloed of geïnspireerd willen worden door anderen.</p> <p><i>Voorbeeld:</i> kiezers van de PVV die zich bewust laten meeslepen door Wilders en zich graag door hem laten beïnvloeden in hun keuzes.</p>	<p>Covert mindhacking Onbewust van de beïnvloeding door anderen.</p> <p><i>Voorbeeld:</i> binnen een cultuur geaccepteerde, niet ter discussie staande positie van iemand, zoals paus Franciscus.</p>

Aan mijn dochter van veertien gaf ik een toelichting aan de hand van het popidool Justin Bieber. Toen hij pas met zingen begon, overtuigde hij platenbazen en producers door zijn natuurlijke wijze van handelen en zingen. Die platenbazen en producers zagen direct de commerciële waarde. Heel bewust gebruikten zij de authentieke uitstraling van Bieber om er een merk van te maken. Zij wisten wat het publiek wilde en ze vormden een antwoord op die behoefte. Daarbij manipuleerden zij het publiek. Sommige fans zijn zo overtuigd van hun relatie met Bieber dat ze zichzelf bewust laten beïnvloeden door zijn gedrag en zijn optredens. Daarbij worden zij onbewust beïnvloed door de marketingmachine achter het fenomeen Bieber.

In de praktijk van management en consultancy is het niet anders.

Een organisatie moet zich herpositioneren omdat de markt opengaat en andere aanbieders zich komen melden. Het bestaande monopolie wordt bruut doorbroken. De leiding gebruikt deze verandering van de markt als argument om de medewerkers te beïnvloeden hun gedrag en hun betrokkenheid te veranderen. Er wordt meer ondernemend gedrag verwacht en de efficiency moet omhoog. Het doel van de organisatie en haar leiding is duidelijk: overleven en een positie behouden in de nieuwe marktverhoudingen. De beïnvloeding van haar medewerkers is overduidelijk en instrumenteel. Een voorbeeld van 'overtende mindhacking': wij kunnen en willen als leiders niet anders.

11

Binnen genoemde organisatie zijn er medewerkers die de transitie van monopolist naar openmarktpartij hebben omarmd. Zij geloven in de kansen die de transitie met zich meebrengt en kiezen ervoor om hun kwaliteiten actief in te zetten. Het zijn marketeers die vanuit hun vakgebied opeens worden uitgedaagd om scherper te functioneren en kansen te zien. Het zijn managers die hun medewerkers meenemen en een voorbeeld zijn in de ontwikkeling van competenties. Zij maken de bewuste keuze om beïnvloed te worden door de gepresenteerde strategie van de onderneming. Zij omarmen de keuze die vanuit overtuiging wordt ingegeven.

Een van de leidinggevendenden is een vrouw die op een natuurlijke en authentieke wijze het voortouw neemt. Zij wordt geroemd door haar duidelijkheid en haar communicatieve vaardigheden. Ze is een charismatisch figuur waar collega's zich graag aan spie-

gelen. De sympathie die zij uitstraalt geeft haar in combinatie met de beschreven kwaliteiten de mogelijkheid om als 'natuurlijk leider' en authentiek persoon mensen mee te nemen in de transitie die zij gaat vormgeven.

De sfeer binnen de organisatie verandert langzaam maar zeker. De cultuur van de arrogante monopolist waar alles kan, gaat met schokken over naar een cultuur waar men elkaar scherp houdt en aanspreekt. In bijeenkomsten met medewerkers wordt gewerkt aan de invloed die zij hebben op het proces en de keuzes die ze hebben op individueel niveau. In meerdere sessies wordt gewerkt aan nieuwe afspraken en procedures binnen het kader van de ingezette strategie. Een hele set aan activiteiten leidt onbewust tot een veranderende houding: 'coverte' of wel 'impliciete mindhacking'. Het overkomt je.

12

In elke relatie gebeurt hetzelfde. We zweven continu door het kwadrant heen. Of het nu gaat om leiderschap en management, om commerciële activiteiten of om jeugdzorg: wij beïnvloeden en worden beïnvloed. Probeer het maar eens uit:

- **De manager**

- Gerichte (overt) mindhacking door vanuit een jaarplan en een visie te werken aan het vaststellen van doelen die door medewerkers moeten worden uitgewerkt.
- Authenticiteit van de charismatische leider die vanuit origineel gedrag en transparante communicatie medewerkers meekrijgt in een veranderingsproces (onbewust beïnvloeden).
- De medewerker die zingeving zoekt voor het werkende leven en de intrinsieke keuze maakt om bij te dragen aan de continuïteit van de organisatie en daarbij zijn manager te volgen als leider naar een andere toekomst. Een bewuste keuze van de medewerker om zich door de leider te laten beïnvloeden.
- Onbewuste beïnvloeding van de medewerker die een trainings-traject volgt om adequaat te kunnen handelen en werken. Onbewust wordt de deelnemer beïnvloed om zich te confirmeren naar de normen en waarden van een organisatie. Het is coverte (niet-openlijke) mindhacking.

- **De verkoper**
 - Het is actieve en doelgerichte mindhacking als aan een potentiële klant waardevolle informatie wordt weggegeven vanuit het idee dat daarmee de relatie ontwikkeld kan worden. Een vorm van bewuste beïnvloeding.
 - De authentieke, zelfbewuste en sympathieke verkoper die al bij binnenkomst het voordeel heeft van zijn verschijning. Onbewuste beïnvloeding van de omgeving door 'uitstraling'.
 - De keuze van een klant om op basis van een set aan overwegingen die zijn aangedragen door de verkoper, bewust de keuze te maken om een relatie aan te gaan en in stand te houden, bijvoorbeeld een onderhoudscontract bij de aanschaf van een wasmachine. De klant is zich bewust van de beïnvloeding.
 - Aan de hand van onbewuste impulsen en uitingen (potentiële) klanten beïnvloeden om te kiezen voor een product of dienst. Deze coverte mindhacking komt voort uit de kunst van communicatie en marketing, waardoor mensen onbewust beïnvloed worden.

- **De jeugdwerker**
 - Door bewust gebruik te maken van gesprekstechnieken en procedures worden kinderen op een veiliger niveau gebracht. Het is een vorm van mindhacking, omdat, met het positieve eind voor ogen, bewuste beïnvloeding van ouders en instanties plaatsvindt.
 - De verschijning van een authentieke en zelfbewuste jeugdwerker roept een automatische reactie op. Dat is een onbewuste beïnvloeding van de situatie.
 - Op enig moment bestaat de kans dat gezinssystemen de intrinsieke keuze maken om zich te gaan richten naar de afspraken en de voorwaarden van jeugdzorg. Daarbij zijn mensen overtuigd om een bewuste keuze te maken om beïnvloed te worden en zo naar een veiliger omgeving van het kind te komen.
 - Publicaties, campagnes en het bestaande waarden-en-normenpatroon helpen om op onbewust niveau de omgeving van het kind veiliger te maken. Zo worden mensen op onbewuste wijze gemanipuleerd.

Bewust beïnvloeden van anderen is een vorm van mindhacking. Binnen dit kader komt de definitie die in dit boek wordt gehanteerd het sterkst naar voren: van tevoren bepalen waar je naartoe wilt en technieken gebruiken om daar te komen.

Het onbewust beïnvloeden van anderen betekent dat er in de interactie tussen personen volgers en leiders zijn. Daarbij wordt onbewust gebruikgemaakt van de uitstraling van aanwezige eigenschappen en symbolen. Charisma is een voorbeeld. Onuitgesproken cultuursymbolen en uitingen zoals een stropdas of een uniform zijn dat ook. Het zijn ingesleten waarden en normen die voorbijgaan aan de bewuste waarneming waarbij gehandeld wordt omdat het 'zo hoort'. Door het onbewuste gedrag wordt hier niet gesproken over mindhacking. Het gaat om authentiek handelen. Zodra er echter bewust gebruik van wordt gemaakt, verschuift het denkkader naar de eerste cel van de matrix: bewuste (overt) beïnvloeding.

Bewust beïnvloed worden betreft de vrije keuze van het individu of van groepen om anderen toe te laten in het denkproces en de keuzes die worden gemaakt. Er is geen sprake van mindhacking omdat hier de vrije keuze wordt gemaakt. Denk maar aan inspirerende boeken of goeroes, filosofen en geloofsgroepen.

- 14 Zodra echter de persoon of het instituut dat wordt gevolgd, gebruikmaakt van de kwetsbaarheid van de ander, is er weer sprake van mindhacking en verschuift het handelen naar cel 1, bewuste (overt) beïnvloeding. Hierbij lijkt het dat de ander een bewuste keuze maakt om beïnvloed te worden, maar is er sprake van bewuste beïnvloeding. Dan verschuift de beleving van geloofsgroep naar sektes, van de kerk naar groepen zoals die van Jim Jones, die uiteindelijk eindigde in een collectieve zelfmoord.

Onbewust beïnvloed worden betreft de actie van anderen om te beïnvloeden waarbij ontvangers geen enkel benul hebben dat keuzes en gedrag door de informatie van buiten wordt bepaald. Dit is mindhacking waar veel mensen allergisch op reageren. Hoewel men er zich niet bewust van is als het gebeurt, is het simpele feit dat je dingen doet die anderen hebben bepaald en bedacht een gruwel op zichzelf.

Het nut van de matrix is gericht op zelfreflectie. Het is bij mindhacking van belang dat je weet waar je zelf staat in het proces. Daarbij wordt eerst de vraag gesteld of je een verandering wilt realiseren. Zodra je bewust bezig bent om doelen te behalen en daarbij anderen te beïnvloeden, ben je aan het mindhacken. Zo is elke opleiding tot veranderkunde een cursus mindhacking en zijn succesvolle projectmanagers manipulators 'pur sang'.

Mindhacking hoeft geen zwarte magie te zijn. Openheid over de doelen die bereikt moeten worden en transparantie over de ambities geven inzicht in het proces. Nog steeds is er dan sprake van mindhacking, zij het dat er geen verborgen agenda aan vastzit.

Dit boek is geschreven om in de dagelijkse praktijk gebruik te maken van de kennis en inzichten rondom beïnvloeden en mindhacking. Het moet leiden tot succesvolle interventies die gewenste resultaten en gedragsverandering tot resultaat hebben. De lijst van voorbeelden en toepassingsgebieden is oneindig: van het opvoeden van kinderen tot de productiviteit van medewerkers en van verkoopsucces tot onderwijs.

Er is al veel kennis verzameld over gedragsverandering: boeken, onderzoek vanuit de wetenschap en ervaringen van professionals. In dit boek is een selectie gemaakt van wetenschappelijke kennis, experimenten en praktijkvoorbeelden. Daarbij is gekeken naar bijvoorbeeld kennisgebieden zoals marketing, psychotherapie, godsdienst, technieken (zoals NLP, Neuro Linguïstisch Programmeren) en modellen, waaronder ELM (Elaboration Likelihood Model).

Verder worden de principes van mindhacking toegelicht, uitgewerkt en gekoppeld aan praktische toepassingen. Doelgerichtheid, inlevingsvermogen, beïnvloeden en keuzes maken worden gekoppeld aan de realiteit van samenwerken binnen organisaties.

15

In dit boek help ik u om grip te krijgen op de verschillende emoties die vastzitten aan het begrip mindhacking. Hieronder geef ik u de onderwerpen die in de verschillende hoofdstukken aan bod komen.

De zeven hoofdstukken

1. *Mindhacking*

Het begrip mindhacking kent al snel een negatieve invulling. In deze inleiding wordt het begrip geanalyseerd en wordt de verbinding gemaakt tussen de theorie en de praktijk van beïnvloeden en mindhacking.

Mindhacking is een techniek om te beïnvloeden. Daarbij geldt dat het einddoel van tevoren is bepaald. Om van A naar B te komen heb je technieken en instrumenten nodig en de technieken zijn veelvormig: van beïnvloeden tot motiveren. Elke techniek kan je inzetten om anderen te benadelen. Dat is ook mindhacking. Er zijn echter voorbeelden te over waarbij authentiek en transparant gewerkt wordt aan het bereiken van een vastgesteld doel.

Dit hoofdstuk wordt afgesloten met een vragenlijst die een indicatie geeft van je eigen vermogen om mindhacking toe te passen.