

Zingeving en spiritualiteit

Informatiesamenleving leidt tot andere interessepatronen

in: leven in de informatiemaatschappij/trends

document

Auteur: Bert Mulder

Datum: 6 Juni 2003

De informatiesamenleving vereist andere vaardigheden van haar bewoners. Dat geldt niet alleen voor de directe 'instrumentele' vaardigheden rond informatieverwerking, maar ook voor meer 'abstracte' vaardigheden zoals het kunnen reflecteren en het geven van betekenis in een wereld van toenemende complexiteit.

De informatiesamenleving gaat niet alleen over techniek maar ook over het vermogen betekenis te kunnen geven. Onze groeiende behoefte daaraan uit zich onder meer in de toenemende aandacht voor zingeving en spiritualiteit. Die algemene trend zien we op vele verschillende gebieden.

Net als voor de ontwikkeling van onze identiteit kunnen we onze interesse voor spiritualiteit in de geschiedenis zien ontstaan. Wanneer de psychologie zich aan het eind van de 18e eeuw ontwikkelt ontstaat al vrij snel aandacht voor ons denk- en oplossend vermogen.

Onze groeiende interesse uit zich op heel verschillende manieren. Een goed voorbeeld zijn de nieuwe consumenten producten die duidelijk naar spiritualiteit verwijzen: rituals.com.

Wanneer we willen werken aan onze menselijke vermogens, zoals intelligentie, ontwerpen we 'quotienten' waarmee we vermogens kunnen vaststellen en op basis daarvan systemen (zoals lesmethoden en onderwijs) kunnen ontwikkelen en verbeteren. De verschillende quotienten laten een duidelijke ontwikkeling zien.

Ook in de 'ergonomie', het vakgebied waarin we systemen proberen toe te snijden op de mogelijkheden van mensen is een ontwikkeling te zien van het fysieke naar het mentale en vervolgens het emotionele.

De verschuiving van materiële naar immateriële waarden (van welvaart naar welzijn) is te zien in de toenemende aandacht voor persoonlijke kwaliteit in het bedrijfsleven. We werken niet alleen meer voor het geld, maar ook voor eigen plezier en ontwikkeling. Onze eisen zijn meer dan materieel en maken dat daar in het bedrijfsleven in werkomstandigheden en cursussen meer aandacht aan wordt besteed.

Een hele nieuwe manier waarop de groeiende aandacht voor zingeving en spiritualiteit in het bedrijfsleven verschijnt is als algemene architectuur voor de organisatie van bedrijven (zoals in *Re-inspiring the corporation* of als onderliggende principes die in de dagelijkse praktijk van bedrijven gebruikt kunnen worden (vertalingen van de tien geboden naar de dagelijkse praktijk van het bedrijfsleven). Het zijn allemaal vormen waarin mensen individueel en gezamenlijk uitdrukking geven aan hun behoefte naar persoonlijke groei.

Natuurlijk zijn de vele boeken over religie en spiritualiteit ook een duidelijk teken van de interesse in deze onderwerpen. Na de eerste opkomst daarvan als New Age in jaren 60 en jaren 70 van de vorige eeuw heeft deze interesse zich breed verankerd in de samenleving - die in elke boekhandel is te zien in een groeiend aantal publicaties. De voortgaande secularisering (ontkerkelijking) lijkt hiermee op gespannen voet te staan. Maar het leeglopen van de kerk lijkt eerder te wijzen op een lagere interesse in de vorm waarin spiritualiteit wordt aangeboden dan in het onderwerp zelf. In het begin van de 21e eeuw is onze identiteit zodanig dat we zelf bepalen wat we vinden, en spelen externe organisaties en instellingen zoals kerken daarin een minder dominante rol.

De groeiende interesse in zingeving en spiritualiteit is een trend. De eerste vraag bij deze ontwikkeling is niet hoe we er persoonlijk over denken, maar veel meer of en op welke wijze een dergelijke ontwikkeling verschijnt in onze agogische praktijk. Op welke wijze draagt internet bij aan deze ontwikkeling? Leidt de interesse voor zingeving en spiritualiteit tot andere beschouwingen over gezondheid en ziekte? Is ze gerelateerd aan de opkomst van palliatieven zorg en hospites, aan die van euthanasie en van de meer holistische benadering van de complementaire geneeswijzen?