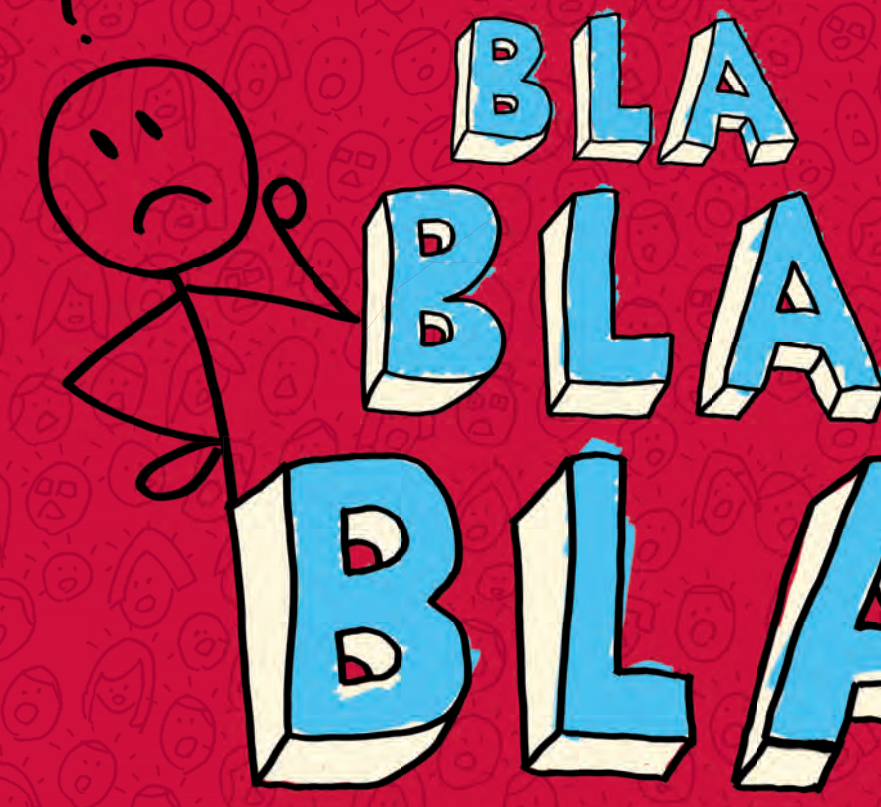


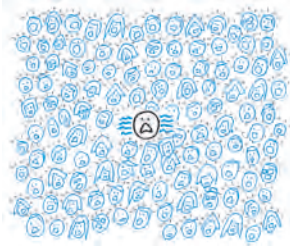
Van de auteur van de internationale bestseller *THE BACK OF THE NAPKIN*

? DAN ROAM



WAT TE DOEN ALS
WOORDEN NIET WERKEN

Het probleem: We praten zóveel dat we niet goed nadenken.



Hoe effectief woorden ook mogen zijn, we houden onszelf voor de gek als we denken dat we met louter

woorden de hedendaagse complexe problemen kunnen opsporen, beschrijven en oplossen. Dat is namelijk niet zo – en dat is een slechte zaak, omdat woorden onze standaarddenktool zijn geworden.

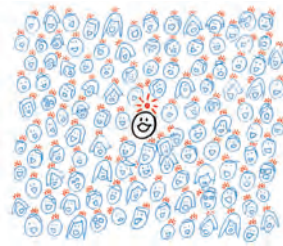
De oplossing: Dit boek biedt een uitweg uit bla-bla-bla. Die uitweg heet *Vivid Thinking*. Levendig, helder denken.



Deze techniek combineert ons verbale en ons visuele brein, zodat we sneller kunnen denken en leren, lesgeven en onze collega's inspireren, en ideeën op een geheel nieuwe manier kunnen waarderen en uitwisselen.

De bestemming:

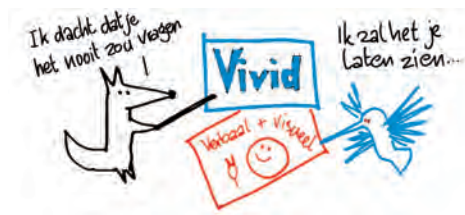
Geen bla-bla-bla meer.



Door *Vivid Thinking* kunnen we de meest gecompliceerde onderwerpen opeens glashelder maken.

Of we nu een college van Harvard Business School proberen te begrijpen, of wat er nou precies gebeurde in de strijd om late-night televisie tussen Conan en Leno, of wat Einstein dacht over relativiteit, *Vivid Thinking* biedt een manier om alles te verduidelijken.

Iedereen kan *Vivid Thinking* toepassen, van linkerhersenhelfttypes die een hekel hebben aan tekenen tot rechterhersenhelfters die een hekel hebben aan schrijven.



www.danroam.com

www.kluwermanagement.nl

BLA
BLA
BLA

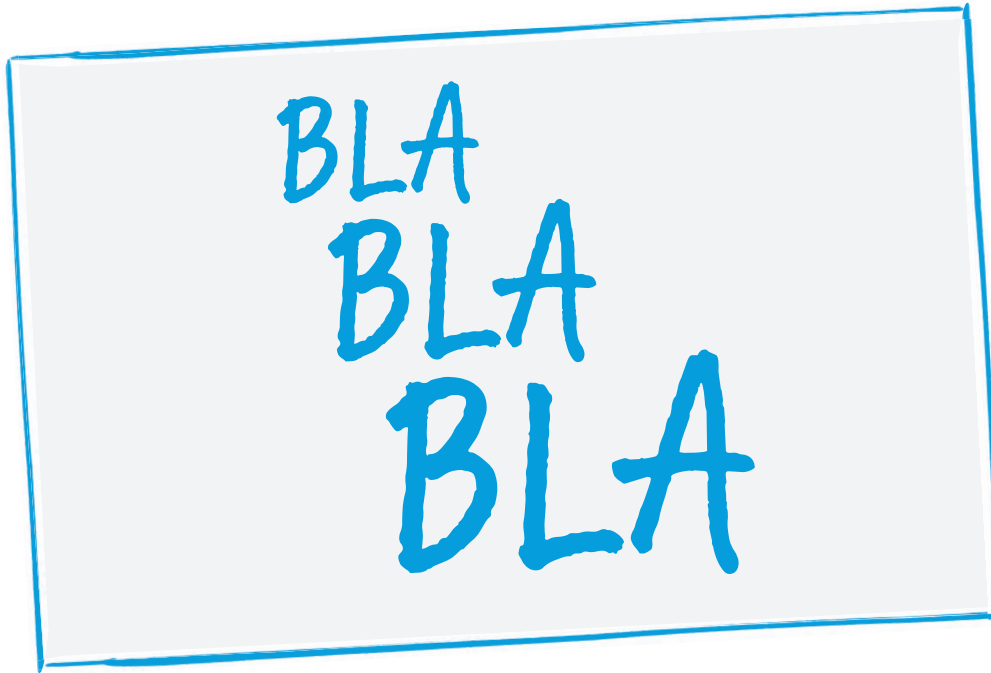
Van dezelfde auteur

The Back of the Napkin (expanded edition):

Solving Problems and Selling Ideas with Pictures

Unfolding the Napkin:

The Hands-On Method for Solving Complex Problems with Simple Pictures



Wat te doen als
woorden niet werken

DAN ROAM

Vertaling: Heiny van den Ham

NL-bewerking tekeningen: Dick Rietveld, Rietveld Ontwerp

Prepress Nederlandse editie: COLORSCAN BV, Voorhout
www.colorscaan.nl

© 2011 Dan Roam, 2011

Blah Blah Blah

What to do when words don't work

All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form.
This edition published by arrangement with Portfolio, a member of Penguin Groep (USA) Inc. through Ulf Töregård Agency AB.

First published in 2011 by Portfolio / Penguin,
a member of Penguin Group (USA) Inc.

Original Design: Daniel Lagin
Original Cover Design: Dan Donohue

ISBN 978 90 13 10910 8

Nederlandse vertaling © 2012 Kluwer, Deventer
www.kluwermanagement.nl

Alle rechten voorbehouden: niets uit deze uitgave mag 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.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16B Auteurswet 1912 j° het Besluit van 20 juni 1974, Stb. 351, zoals gewijzigd bij het Besluit van 23 augustus 1985, Stb. 471 en artikel 17 Auteurswet 1912, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) dient men zich tot de uitgever te wenden.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced, stored in a database or retrieval system, or published, in any form or in any way, electronically, mechanically, by print, photo print, microfilm or any other means without prior written permission from the publisher.

Samensteller(s) en de uitgever zijn zich volledig bewust van hun taak een zo betrouwbaar mogelijke uitgave te verzorgen. Niettemin kunnen zij geen aansprakelijkheid aanvaarden voor onjuistheden die eventueel in deze uitgave voorkomen.

*Voor Sophie en Celeste.
Jullie te zien leren, maakt mijn wereld lichter.*

*Voor Kay M. Roam.
Vlieg, mam – vlieg!*

INHOUD

Dramatis Personae ix

Introductie: de helft van wat we denken over denken is onjuist 1

DEEL 1

De Bla-blameter

- ① Ontdekken van het land van bla-bla-bla 29
- ② Bla-blametergebruik voor gevorderden 48

DEEL 2

Als ik teken, ben ik dan dom?

Een introductie in Vivid Thinking

- ③ Twee hersenhelften zijn beter dan één 65
- ④ Weer bij elkaar: de vos en de kolibrie 81
- ⑤ De grammatica van Vivid Thinking 103

DEEL 3

Het bos en de bomen:

De zeven essenties van een Vivid Idea

⑥	Het Vivid F-O-R-E-S-T: De zes essenties van Vivid Ideas	145
⑦	F staat voor <i>Form</i> : Vivid Ideas hebben vorm	160
⑧	O staat voor <i>Only the essentials</i> : Vivid Ideas passen in een notendop	204
⑨	R staat voor <i>Recognizable</i> : Vivid Ideas komen ons bekend voor	221
⑩	E staat voor <i>Evolving</i> : Vivid Ideas zijn compleet – maar niet klaar	236
⑪	S staat voor <i>Span Differences</i> : Vivid Ideas bevatten hun tegengestelde	257
⑫	T staat voor <i>Targeted</i> : Vivid Ideas zijn van belang voor mij	279

DEEL 4

Afsluiting

⑬	Dag Bla-Bla-Bla	301
---	-----------------	-----

	Dankbetuigingen	314
--	-----------------	-----

Bijlagen

	Bijlage A: Hoe we de helft van ons brein zijn kwijtgeraakt	319
	Bijlage B: Het verband met <i>The Back of the Napkin</i>	331
	Bijlage C: De volledige Vivid Checklist	339
	Noten	345
	Literatuur	349
	Index	353

DRAMATIS PERSONAE

(OVERZICHT VAN ACTEURS)

In volgorde van verschijning

DEEL 1			
 Ik	Auteur op zoek naar een betere manier om over complexe dingen na te denken	 John Hersey	WOII-journalist, houdt van woorden
 ? Jij	Hallo! Leuk dat je erbij bent	 Ted Geisel	De bestverkopende auteur ter wereld waar je nog nooit van hebt gehoord
 Mijn vroegere baas	Ondernemer; verkoopgenie maar geen operationele vaardigheden	 Generaal Petraeus	Opperbevelhebber van de Amerikaanse troepen in Afghanistan, 2010
 Jon Stewart	Tv-persoonlijkheid; kan niet onthouden hoeveel kanten een 'pentagoon' heeft	 Barack Obama	44 ^{ste} President van de Verenigde Staten
 Terry Gross	Radiopersoonlijkheid; vindt het lastig zich te herinneren wat ze gisteren heeft gelezen	 VitaminWater	Een Coca-Cola-product met een onduidelijk karakter
 Chuck Townsend	CEO van Condé Nast; stuurt verwarrende memo's	 Gezagvoerder Chesley Sullenberger	'Sully'; een echte 'pilotenpiloot' en held van de Hudson
 Mr. X	'Supergebruiker' van het ministerie van Defensie; bedolven onder de informatie	 Bernie Madoff	Wall Street-charlatan, voormalig hoogvlieger, nu in de gevangenis
 Juffrouw Brown	Mijn juf in de tweede klas; houdt van eenden		

DEEL 2

 Albert Einstein	Grootste denker van de twintigste eeuw; bij zijn nanny bekend als 'Stom'	 Een vos	Slim, gevat, rechtlijnig en een beetje zelfgenoegzaam: ons verbale brein
 Oog en Aag	Missing links; vroege hominiden met zich uitbreidende hersenen	 Een kolibrie	Snel, opgewekt, ruimtelijk, en een beetje luchthartig: ons visuele brein
 Richard Feynman	Nucleair fysicus; geloofde dat iedereen alles kan leren	 Anonieme gebruiker	Mobiele-telefoongebruiker, verdwaald, heeft aanwijzingen nodig
 Michael Porter	Harvard-professor; meest invloedrijke businessdocent ooit	 Jouw grammaticalerares	Getver! Ja: Ze is terug...

DEEL 3

 Vliegticketagent	Probeert jou op tijd in jouw vliegtuig te krijgen; gekweld en gefrustreerd	 Abraham Maslow	Doctor Psychologie; houdt van hiërarchieën
 Middeleeuwse wetenschapper	Probeert de ware vorm van de aarde te achterhalen	 Renée Mauborgne en W. Chan Kim	INSEAD business professors; <i>Blue Ocean</i> -onderzoekers
 Een PC en een Mac	Twee computers die zich voordoen als een stel sukkels (of andersom?)	 Leonardo da Vinci	Vijftiende-eeuwse visionair; uitvinder van de parachute
 De Armen en de Rijken	Twee groepen die proberen belastingen te vermijden	 Edwin Land	Vader van Polaroid; Amerika's op een na grootste uitvinder
 Leno en Conan	Late-night komieken; allebei grappig maar lachen geen van beiden	 Will Wright	Schepper van 'The Sims'; games meesterbrein

	Niall Ferguson	Economisch historicus; gelooft in langetermijntrends		Lady Gaga	De nieuwste popsensatie; draagt een zonnebril
	De Medicis en de Rothschilds	Grote bankiers die de wereld draaiende houden		Martin Eberhard en Marc Tarpenning	Seriële ondernemers; uitvinders van de Tesla elektrische auto
	Donella Meadows	MIT-wetenschapper; toonaangevend licht in 'systeemdenken'		Dmitri Mendeleyev	Russische <i>mad scientist</i> ; schepper van 's werelds meest invloedrijke tabel
	Tatsu Takeuchi	Assistent professor aan Virginia Tech; een relativiteitgenie		Michael Burry	Financieel visionair: voorzag de mondiale economische crisis
	Marineofficier	Docent marinegeschiedenis; expert in no-bullshitverklaringen		Genrich Altshuller	Sovjet-wetenschapper en Goelag-overlevende; ziet onzichtbare patronen
	Pat O'Dea	CEO van Peet's Coffee and Teas; verbetert koffie		Een Wolk	Een ooit vaag idee dat onderscheidend en memorabel wordt

BLA
BLA
BLA

INTRODUCTIE

De helft van wat we denken over denken is onjuist



W e denken dat denken het op een betekenisvolle manier aan elkaar rijgen van woorden betekent. We denken dat praten de beste manier is om ideeën uit te wisselen. We denken dat welbespraaktetheit de hoeksteen van intelligentie is. We hebben maar half gelijk.

Dit boek gaat over drie dingen: bla, bla en bla – drie woordjes die dodelijk zijn voor ons vermogen om te denken, leren, werken en leiden.

Bla-bla-bla is complexiteit, wat dodelijk is voor ons vermogen om te denken. Dit boek introduceert een eenvoudiger manier om na te denken over gecompliceerde dingen.

Bla-bla-bla is misverstand, wat dodelijk is voor ons vermogen om te leiden. Dit boek presenteert een simpele manier om onze ideeën beter te begrijpen; vóór, tijdens en nadat we ze met andere mensen delen.

Bla-bla-bla is verveling, wat dodelijk is voor ons vermogen om ergens om te geven. Dit boek beschrijft een manier die zorgt voor oneindig veel meer betrokkenheid bij het leren over complexe ideeën – en oneindig veel meer plezier.

(Vertel dat laatste maar niet aan anderen; ze zullen denken dat je niet serieus bent.)

Dit boek gaat erover hoe je bla-bla-bla kunt stoppen, voordat het ons stopt.

Dit boek en zijn tools

Dit boek is opgebouwd uit drie delen. Het eerste deel introduceert de drie bla's.



Het tweede deel introduceert een tegengif tegen bla-bla-bla. Het heet *Vivid Thinking*: verbaal en visueel denken: levendig, helder en beeldend.



Het derde deel presenteert een kaart die ons van het een naar het ander brengt.



In elk van de drie delen wordt een tool gepresenteerd. De eerste is de **Bla-blameter**, een instrument dat ons helpt inkomende bla-bla te detecteren voordat het toeslaat. De tweede tool is **Vivid Grammar** (beeldende grammatica), een eenvoudige reeks richtlijnen die ons laat zien hoe we bla-bla kunnen vermijden door zowel onze verbale als onze visuele hersenen in te zetten. De derde tool is het **Vivid**

* Interdependentie = onderlinge afhankelijkheid.

FOREST, een kaart die ons een eenvoudig te volgen pad toont, om te waarborgen dat onze eigen ideeën meeslepend, duidelijk en memorabel zijn.



Laten we kennismaken met onze deelnemers



Bla, bla en bla zijn het overmatig gebruik, verkeerd gebruik en misbruik van taal – alles wat we zeggen dat ons vermogen om ideeën over te brengen in de weg staat. Bla-bla-bla draait niet alleen om saai zijn (alhoewel saai er vaak een onderdeel van is), noch draait bla-bla-bla om bewust misleidend zijn (alhoewel misleiding er ook vaak een onderdeel van is). Wat bla-bla-bla echt betekent, is dat we zo gecharmeerd zijn geraakt van onze woorden, dat we onszelf zijn gaan wijsmaken dat we de dingen beter begrijpen dan we in feite doen.

Als woorden niet werken, werkt denken niet. Hoe geweldig woorden ook zijn, louter woorden kunnen de hedendaagse problemen met al hun facetten niet opsporen, beschrijven en oplossen. Dat is een slechte zaak, omdat woorden onze standaard denktool zijn geworden. Erger nog, voor de meesten van ons zijn woorden onze *enige* denktool.

We hebben een nieuwe tool nodig.

Afglijden naar het land van bla-bla-bla

Vele jaren geleden werkte ik bij een klein adviesbureau. Onze baas was een briljante verkoper maar een operationele ramp, een combinatie die er garant voor stond dat we altijd meer werk hadden dan we aankonden. Druk zijn was een voordeel: Omdat we nooit genoeg tijd hadden, waren we constant aan het improviseren – en in de zoektocht naar snellere manieren om oude problemen op te lossen, werden we omringd door nieuwe ideeën. Hoewel onze dagen lang waren, gingen we altijd naar huis met een goed gevoel over alles wat we weer voor elkaar hadden gekregen.

Na een aantal succesvolle jaren werd ons bedrijf groot. Er kwam een nieuw management, en al gauw deden we niks anders dan vergaderingen bijwonen. *Dit zijn de nieuwe bedrijfsvisie en -waarden. Dit is onze nieuwe synergieversterkende marktintroductiestrategie. Dit is ons nieuwe klantgerichte herstructureringsplan. Bla-bla-bla.* Die dagen waren ook heel lang, maar ze gaven geen voldoening.

Hoe meer we praatten, des te minder problemen er werden opgelost. Niet lang daarna kwamen er geen ideeën meer boven, en ons ooit gerespecteerde kleine bedrijf ging behoren tot het vaste meubilair in het land van bla-bla-bla.

Ik nam ontslag.

Zoals het klokje thuis tikt, tikt het nergens

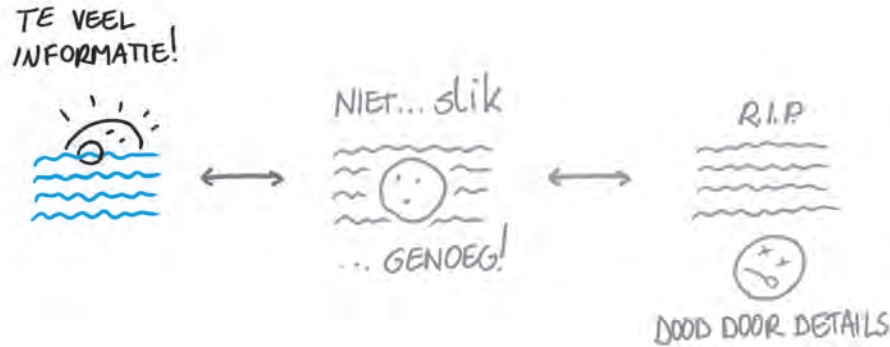
Maar ik kon er niet aan ontkomen. Dat kan niemand.

In de lerende en werkende wereld van vandaag is bla-bla-bla ons thuis geworden. Heb je ooit drie vergaderingen achter elkaar gehad? Welkom bij bla-bla-bla. Ben je ooit verwarder uit een meeting gekomen dan toen je erin ging? Heb je ooit twee uur het nieuws zitten kijken, wetende dat je daarna minder wist over de wereld? Ooit alweer een gaap onderdrukt in de conferentiezaal, tijdens de zoveelste, puntsgewijze, overvloedige opsomming? Je snapt mijn punt wel.

In elk geval zijn we niet de enigen.

We weten te veel

Bla-bla-bla komt in een glijdende schaal, van te veel informatie tot te weinig informatie tot negatieve informatie.



Aan de 'te veel informatie'-kant overweldigt bla-bla-bla ons herinneringsvermogen: er komt zo veel kennis binnen, dat we geen andere keus hebben dan het grootste deel ervan meteen maar weer weg te laten vloeien.

Een goed voorbeeld hiervan: Eind vorig jaar ontmoetten twee van Amerika's meest belezen radio- en tv-beroemdheden elkaar op een New Yorks podium om over boeken te praten – en deden uiteindelijk hun beklag over hoe weinig ze zich konden herinneren van wat ze lezen.

Jon Stewart, presentator van het comedy-nieuwsprogramma *The Daily Show*, en National Public Radio's interviewlegende Terry Gross zaten bij elkaar om het nieuwe boek van Stewart te bespreken. Het interview was nog niet zo lang bezig, toen Gross aan Stewart vroeg of hij daadwerkelijk alle boeken las die hij besprak. Stewart grapte ja – hij zorgde er altijd voor dat hij *zowel* de cover *als* de achterkant van elk boek las. Toen ging hij al snel serieus verder:

Stewart: In sommige weken hebben we vier boeken, en dat kunnen heel dikke boeken zijn, weet je: historische non-fictie.¹ Maar ik lees vrij snel, en ik probeer zo veel mogelijk van de boeken te lezen en ben er aardig goed in er doorheen te komen, ik onthoud ook redelijk wat informatie eruit...

Toen pauzeerde hij even voor het effect:

...voor een uurtje of vier tot zes. En daarna verdwijnt het voor de rest van mijn leven uit mijn brein.

Gross: Oh, wat herkenbaar. Ik ken dat gevoel *zo* goed.

Stewart: Ik neem het op en plotseling ben ik een expert in de constructie van het Pentagon... en dan, tegen acht uur die avond, denk ik, oh echt? Ik wist niet dat er een gebouw bestond met vijf kanten!

Het meest angstaanjagende van deze conversatie is dat dit nog de *slimme* mensen zijn. Als Jon Stewart en Terry Gross al niet bij kunnen houden wat ze allemaal lezen, welke hoop is er dan voor de rest van ons?

We weten niks

Bla-bla-bla betekent dat we soms misschien door heel veel woorden worden omringd, maar dat ze geen betekenis inhouden.



Condé Nast, uitgever van de meest prestigieuze tijdschriftencollectie ter wereld (*Vogue, Glamour, Vanity Fair, Golf Digest, Wired, The New Yorker, etc.*) zou dat moeten weten: het bedrijf publiceert elke maand miljoenen woorden die abonnees maar al te graag willen lezen. En toch waren er in een recente e-mail van de CEO aan alle medewerkers vijfhonderd woorden nodig om... nou eigenlijk NIKS te zeggen.

In zijn ondernemingsbrede notitie van dinsdag 5 oktober 2010 beoogde Condé Nast CEO Chuck Townsend het denken te verduidelijken achter een aantal veranderingen die het bedrijf doorvoerde in reactie op het internet. Zijn taal zat zo vol ondernemingsjargon dat zelfs zijn medewerkers niet begrepen wat hij hun wilde vertellen.

In juli hebben we een hernieuwde strategische focus van ons Bedrijf aangekondigd en drie heldere prioriteiten geïdentificeerd om onze groei en ons succes in de toekomst te waarborgen: een consumentgericht businessmodel, een holistische brandmanagementaanpak en het opzetten van een multiplatform, geïntegreerde sales- en marketingorganisatie. Ons commitment aan consumentgerichtheid is evident... Om de groei van merkinkomsten te optimaliseren, zullen we de verantwoordelijkheid verleggen van single-site, digitale sales en marketing naar merkniveau. Uitgevers kunnen hun aanbod voortaan volledig exploiteren door alle platforms heen.

Huh?

Volgens de *New York Times* reageerde een van de medewerkers met: 'We lezen het allemaal en hebben geen idee waar hij het over heeft.'² Het is het soort communicatie waar geen werkwoorden in staan en waar om het woord een soort buzzy technojargon wordt gebruikt.'

Als het het hoofd van een uitgeverij al niet lukt om met woorden ervoor te zorgen dat hij wordt begrepen, dan weten we dat we een groot probleem hebben.

We weten minder dan niets

Aan het andere eind van de schaal betekent bla-bla-bla soms dat we minder dan niets weten. Als de diepte van de details die ons worden opgedrongen ons vermogen om te begrijpen doodt, ontvangen we uiteindelijk alleen negatieve kennis – *hoe meer we horen, hoe minder we weten*.



Begin 2010 zat een senior lid van het *United States Department of Defense* aan een klein bureau in een verduisterd kamertje, ergens diep verstopt in het Pentagon (dat met die vijf kanten, Jon). Het bureau was leeg en hij had niks in zijn handen. Hij zat daar voor een briefing over komende projecten in de oorlog tegen terreur. En hoewel hij een van het handjevol mensen op de wereld was dat op de hoogte was van het volledige scala aan *top secret*-activiteiten van de Amerikaanse regering, mocht hij geen aantekeningen maken.

Slides van het project flitsten op het scherm voor hem. Er verscheen een programmaam, daarna een lijst van staffleden en auteurs. Daarna verscheen er een mission statement, gevolgd door een lijst met doelen en doelstellingen. Daarna volgden nog een lijst met afgeronde en niet-afgeronde taken, een lijst van resources en hun huidige beschikbaarheid, een geschreven schema, gedetailleerde agenda's, referentiedocumenten, een budgetoverzicht, ondersteunende argumenten voor een verzoek tot aanvullende financiering, een lijst met actiepunten en vervolgens een gedeeltelijke lijst van verwante programma's.

Als het ene programma klaar was, begon het volgende. Er waren die dag honderden programma's om door te nemen.

De briefing was nog maar net bezig, toen het de 'supergebruiker' begon te dagen dat hij minder wist dan toen hij begon. 'Stop!', riep hij, en liep de kamer uit.

Vervolgens, aldus het tweejarige onderzoek van de *Washington Post* naar Amerika's groeiende top-secretwereld, verklaarde de supergebruiker emotioneel: 'Ik zal niet lang genoeg leven om over alles gebriefd te worden.'³ Het resultaat was, zo voegde hij daaraan toe, dat het onmogelijk was om te zeggen of deze duizelingwekkende reeks programma's ons land veiliger maken of niet.

Laten we daar eens even bij stilstaan: Hoe meer de supergebruiker werd gebriefd over de programma's, des te minder kon hij zeggen of het land er veiliger door zou worden. Dat klinkt als de meest solide definitie van bla-bla-bla die we ooit zullen krijgen.

Hoe zijn we hier terechtgekomen?

Dat is toch vreemd, nietwaar? Iedereen heeft een hekel aan bla-bla-bla, maar moet je ons nou eens zien. Niemand van ons probeert bewust ervoor te zorgen dat goede ideeën lastig te vinden zijn. Niemand besluit van tevoren dat je, om het één te zeggen het beste al het andere kunt zeggen. Niemand begint zijn carrière met de overtuiging dat, om vooruit te komen, de beste manier is er vooral voor te zorgen dat je niet wordt begrepen.

Met alle kanalen voor directe communicatie die we tot onze beschikking hebben, zouden we elkaar beter moeten begrijpen, niet slechter. Met zoveel geschiedenis die met een druk op de knop beschikbaar is, zouden we snellere manieren moeten vinden om problemen op te lossen, niet snellere manieren om de schuld af te schuiven. Als we een geweldig idee hebben, zouden we dat duidelijker dan ooit moeten kunnen delen – en het niet moeilijker dan ooit moeten vinden om gehoord te worden.

De schatkaart

We hebben niet meer woorden nodig. We hebben meer ideeën nodig. We hebben ze snel nodig en ze moeten goed zijn – en om te weten dat ze goed zijn, moeten ze duidelijk zijn.

Om de goede van de slechte ideeën te kunnen onderscheiden, de inzichtbiedende van de oppervlakkige, de creatieve van de creativiteitsdodende, moeten we ze kunnen *zien*. Maar zien is niet iets wat we hier, in het land van bla-bla-bla, kunnen doen. Bla-bla-bla is de plek waar je heengaat om te verstoppen, te verduisteren, af te leiden en te draaien. Als we een probleem daadwerkelijk willen oplossen, dan moeten we hier weg.

En daarvoor is dit boek. Het biedt een ontsnapingsplan.

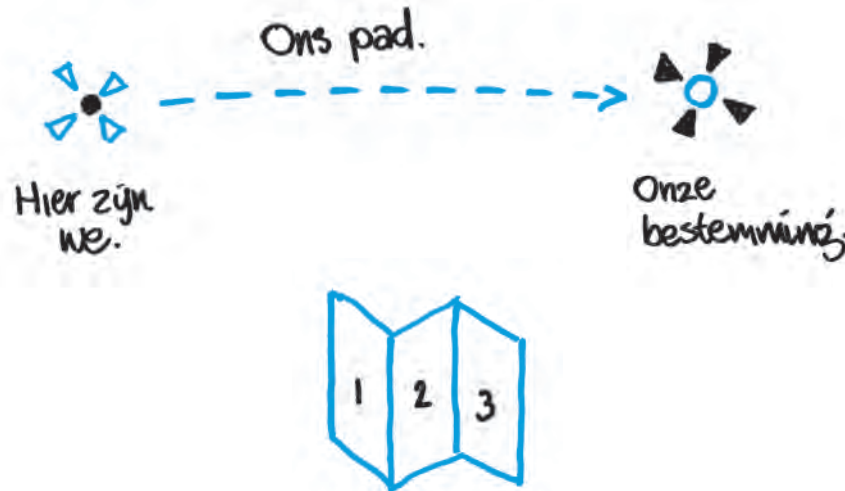
De ontsnapping komt in de vorm van een schatkaart. Het is een kaart die we kunnen gebruiken als we een probleem hebben en een goed idee moeten vinden om het op te lossen, een kaart die we kunnen

gebruiken als we worden overspoeld door woorden en moeten weten wat ze echt betekenen, en een kaart die we kunnen gebruiken als we een geweldig idee zien – en willen dat anderen dat ook zien.

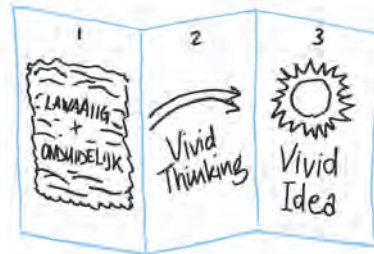
Wat maakt een kaart bruikbaar?

Om bruikbaar te zijn, moet een kaart drie dingen laten zien: waar we nu zijn (gedetailleerd genoeg om te kunnen bepalen of dat voor ons een goede plek is om te blijven), een betere plaats om naartoe te gaan (gedetailleerd genoeg om te bepalen of die plek er echt uitnodigender uitziet), en een duidelijk gemarkeerd pad tussen die twee (gedetailleerd genoeg om ervoor te zorgen dat we onderweg niet verdwalen).

Een bruikbare kaart laat ons drie dingen zien: onze huidige locatie, een pad en een bestemming.



Zie dit boek als een kaart die zich ontvouwt in drie delen. Het eerste deel beschrijft onze huidige locatie, diep in de modder van bla-bla-bla. Het tweede deel beschrijft een pad met twee banen dat ons hieruit wegleidt. Het derde deel beschrijft een meer gewenste bestemming – een plek waar we onze ideeën van binnen en van buiten kennen, erop vertrouwen dat ideeën van anderen onze tijd waard zijn, en waar we vertrouwen hebben in ons vermogen om het totaalplaatje te zien.



Laten we, voordat we op pad gaan, onze nieuwe kaart eens nader bekijken.

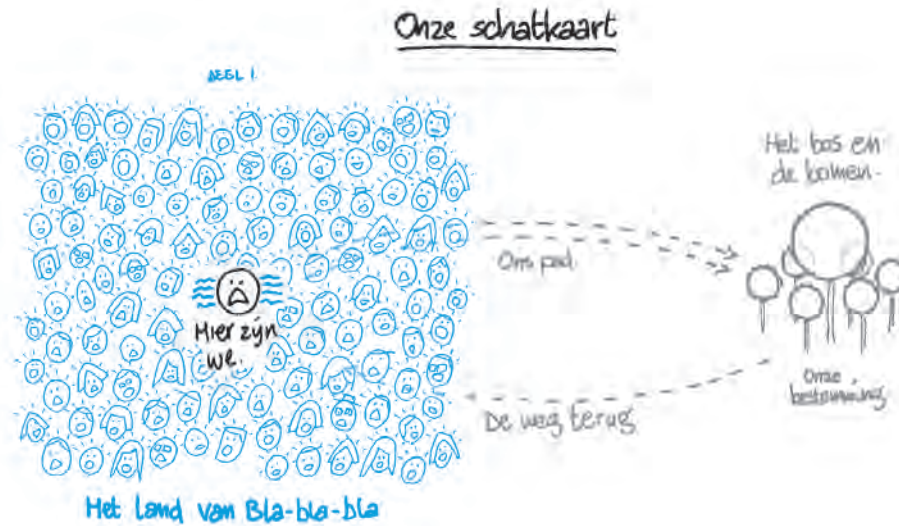
Onze schatkaart



- ◀ Dit is onze schatkaart. Laten we deze kaart, deel voor deel, eens nader bekijken.

Hier zijn we

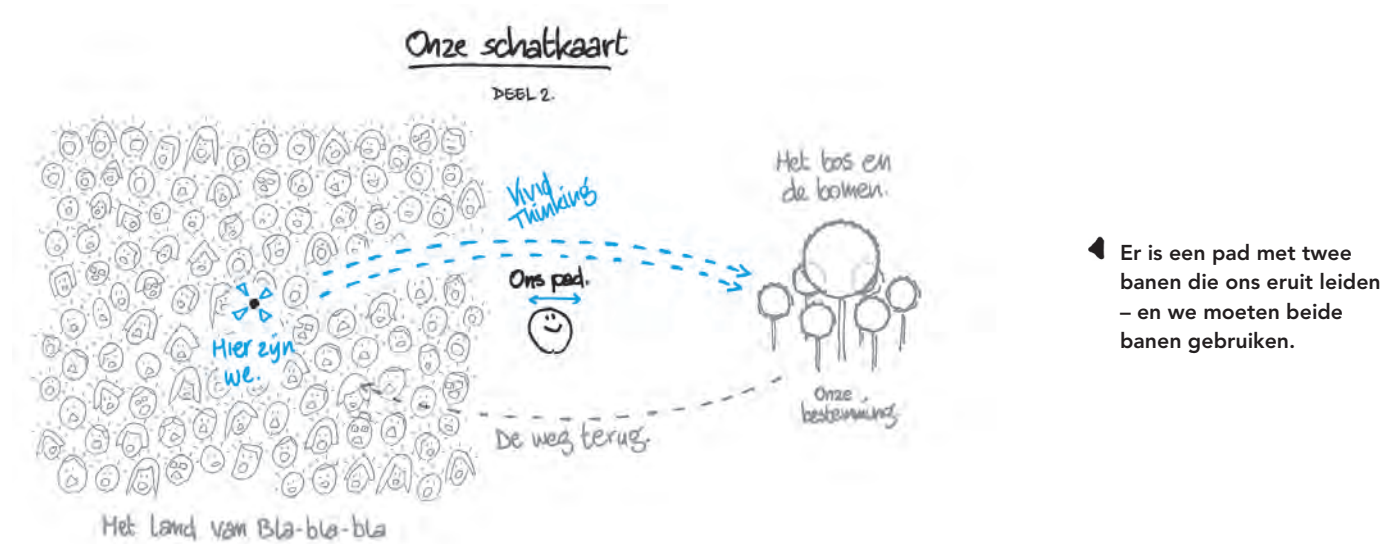
Hier zijn we, helemaal aan de linkerkant van onze kaart, diep weg in het land van bla-bla-bla.



Aan de linkerkant van onze kaart zien we onze huidige locatie, diep weg in het land van bla-bla-bla. Zoals we weten is het een lawaaiige plek, vol activiteiten en buzz. Het is niet noodzakelijkerwijs een verkeerde plek – er gebeurt hier veel, en het kan heel opwindend zijn om er middenin te staan. Maar met al het gepraat en alle drukte is het geen geweldige plek om te proberen de dingen eens goed te overdenken, en het is een bijna onmogelijke plek om veel aandacht te krijgen.

Om in deze menigte nog op te vallen, begint iemand van ons een beetje harder te praten en een beetje sneller. Dat werkt nog wel even, maar ter compensatie begint ook de rest van ons harder en sneller te praten. Er wordt steeds meer gerateld, totdat er een nieuw bla-bla-bla-evenwicht is bereikt, met een volume, snelheid en in hoeveelheden die het moeilijk maken nog te weten wat de moeite waard is om naar te luisteren. En dat is hier het echte gevaar: met al onze schreeuwerige woorden zijn we al gauw zó druk om alles bij te houden, dat we niet alleen stoppen met luisteren naar anderen – we stoppen ook met luisteren naar onszelf. Al snel weten we niet meer wat ons eigen idee was – of zelfs niet dat we een idee hadden. Het enige wat ertoe doet, is gehoord worden.

Een uitweg



We zouden gewoon hier in bla-bla-bla kunnen blijven: dat is gemakkelijk – en de trends en onze technologie moedigen ons in velerlei opzichten ook aan dat te doen. Maar als we echt een nieuw idee nodig hebben, dat goed moet zijn en door anderen gezien moet worden, dan hebben we een uitweg nodig.

Het pad dat ons wegvoert uit bla-bla-bla is gemakkelijk te vinden, maar niet zo gemakkelijk te nemen. Dat komt omdat het pad twee banen heeft en we alleen iets hebben geleerd over één daarvan: het woordenpad. Dit pad kennen we goed. Het is het pad van praten, schrijven en lezen, en onze opvoeding en onderwijs hebben ons geleerd, getraind en getoetst hierop te vertrouwen.

Het tweede pad is niet geheim; iedereen weet dat het er is. Het is het beeldenpad. Als denktool bestaan plaatjes al veel langer dan woorden. Sterker, lang geleden, lang voordat ook nog maar iemand ooit een woord over iets schreef, waren beelden het enige pad dat je kon inslaan.

Maar ergens tussen toen en nu ontdekten we het schrijven, en de meesten van ons hebben de interesse in het beeldenpad verloren.

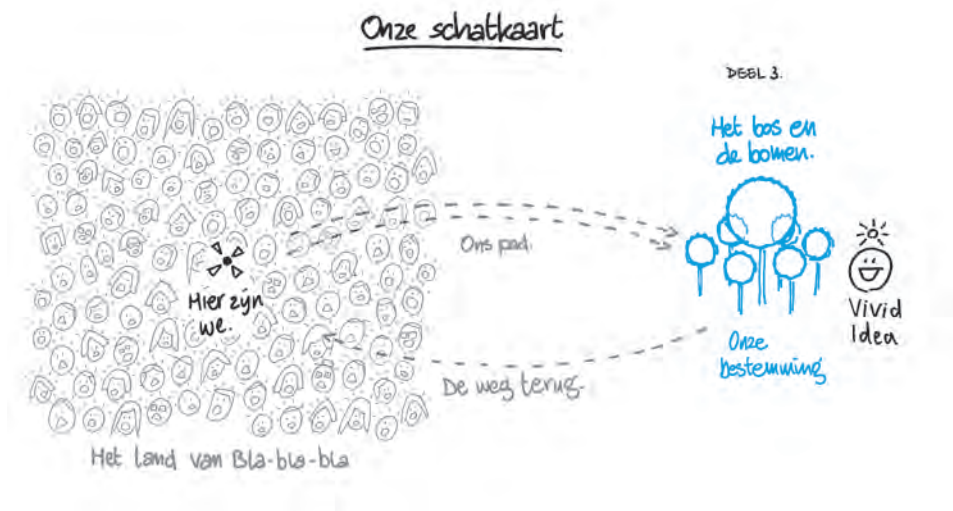
En tegenwoordig, omdat het zo lang geleden is dat we het bewandeld hebben, blijft het beeldenpad onontdekt en onderontwikkeld – en een beetje eng.*

Dus houden we vast aan het pad dat we kennen – en praten we. Het probleem is dat, hoezeer we bla-bla-bla misschien ook achter ons willen laten, het nemen van het woordenpad ons er altijd weer in terugleidt. Helaas is het tweede pad – het beeldenpad – op zichzelf niet veel beter. Zelfs de mensen die dit oude pad goed kennen, verdwalen vaak als ze met alleen plaatjes proberen iets duidelijk te maken.

Alleen door de beide paden samen te nemen, kunnen we dáár uitkomen waar we naartoe moeten. Om de problemen van vandaag op te lossen, moeten we zien en horen, lezen en kijken, schrijven en tekenen. En als we dat doen – als we ons herinneren hoe we verbaal *en* visueel moeten denken – dan zullen we de kracht van *Vivid Thinking* begrijpen.

Onze bestemming

Onze bestemming is een plek waar we het bos en de bomen kunnen zien.

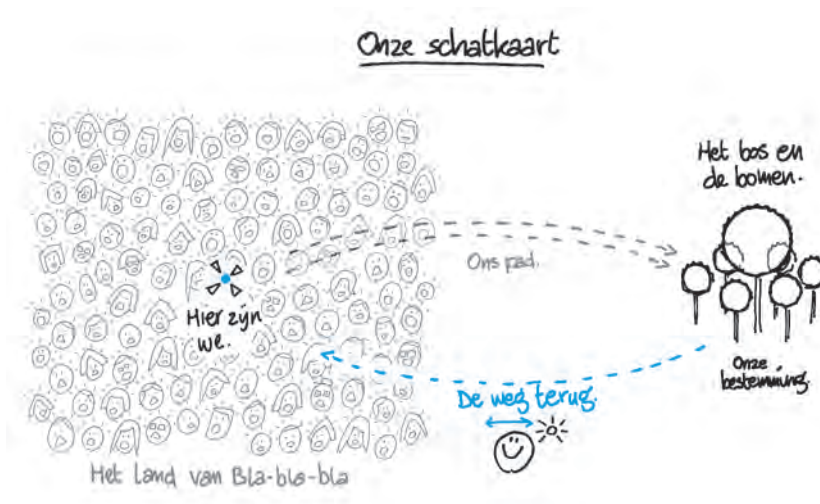


* Als je wilt weten hoe we de plaatjes zijn kwijtgeraakt, lees dan Bijlage A, 'Hoe we de helft van ons brein zijn kwijtgeraakt'.

Aan de rechterkant van onze kaart zien we onze bestemming. Dat is een rustig, klein bos, ver weg van het land van bla-bla-bla. Hier kunnen we diep inademen, van een moment van stilte genieten en meer zicht krijgen op wat er nou echt in ons omgaat.

Dit is niet zomaar een klein bos. Alhoewel het eerst stil lijkt, is het bos niet geïsoleerd; het zit vol ideeën – van onszelf en van anderen. Na alle onrust van bla-bla-bla kost het gewoon even tijd om onze ogen en oren aan te passen. Maar na een poosje zullen we hier steeds meer ideeën gaan zien, en we zullen exact zien wat ze waard zijn. Hier verder weg kunnen we, voor het eerst, het bos *en* de bomen zien.

Een weg terug



- ◀ Na ons uitstapje naar het bos zullen we weer terug moeten, alleen weten we nu hoe we de bla-bla-bla kunnen ontstijgen.

Als we eenmaal dit bos, het *Vivid FOREST*, hebben bezocht, zullen we nooit meer op dezelfde manier naar het land van bla-bla-bla kijken. Natuurlijk, we zullen uiteindelijk terug moeten omdat het daar allemaal gebeurt, maar voor ons zal het een andere plek zijn. Omdat we dan veel nieuwe dingen over onze eigen ideeën weten, zullen we ze anders delen. En omdat we weten wat we weten, zullen we ook iets anders verwachten van de mensen die hun ideeën met ons delen.

Genoeg bla-bla-bla

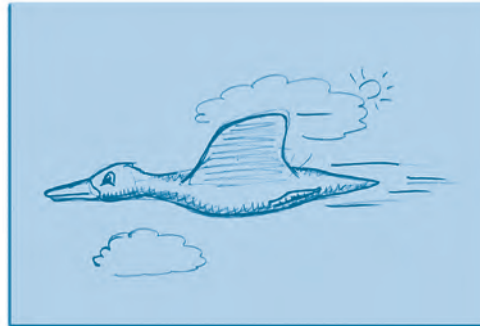
Dat is het, dit boek in een notendop: een deel over het land van bla-bla-bla en hoe we daar zijn gekomen, een deel over het tweebaanspad eruit en een deel over een meer Vivid-plek – levendig, duidelijk, visueel én verbaal – om heen te gaan.

Aangezien we zullen starten in bla-bla-bla, moeten we eerst leren begrijpen hoe we hier gekomen zijn. En dat is een verhaal dat begint met een plaatje.

Improviseren

Lang geleden, in de tweede klas, tekende ik wat een van de belangrijkste plaatjes in mijn leven zou worden. Het was een tekening van een eend. Ik heb geen idee waarom ik een eend tekende, maar het plaatje herinner ik me nog wel. Ik had de eend in zijn vlucht getekend: snavel naar voren, staart naar achteren, poten ingetrokken, vleugels gespreid. Het was een snelle eend, en ik tekende hem van opzij, zodat ik snelheidslijntjes kon toevoegen. Ik wist niet veel van eenden, dus ik moest improviseren. Uiteindelijk zag mijn eend er zo uit:

Mijn snelle eend,
ca. 1970.



Een paar dagen nadat ik de eend had getekend, gaf mijn onderwijzeres, juffrouw Brown, mij een trofee. Daarop stond BESTE TEKENING. Ik was verrast. Ik wist niet eens dat mijn eend had meegedaan aan een wedstrijd.

Ik had niet verrast hoeven zijn: Mijn rapport in die tijd complimenteerde mij weliswaar met mijn ‘creativiteit’, maar berispte me ook omdat ik te veel praatte in de klas. De specifieke woorden van juffrouw Brown in het gedeelte ‘Let op in de klas’ waren ‘Moet worden verbeterd’.

Mijn rapport gaf ook aan dat ik achterliep met lezen. Ook dat was geen verrassing. Ik had een hekel aan lezen. Van alle dingen die we in de klas moesten doen – tekenen, kleuren, meten, knippen en plakken, bouwen, praten – kromp ik ineens bij de opdracht om te gaan lezen.

Ik zei tegen mezelf dat dat kwam omdat lezen saai was, eenzaam en nutteloos, maar de echte reden was dat lezen moeilijk was.

Ik schaamde me ervoor dat ik lezen moeilijk vond, omdat ik werd gerekend tot de slimme kinderen in de klas. Ik merkte dat, hoe zeer mijn gepraat tussendoor juffrouw Brown ook irriteerde, ze wel waardering had voor hoe ik meedeed. Maar als we moesten lezen, merkte ik dat ik achterop raakte. Toen lezen de belangrijkste reden werd om naar school te gaan, raakte ik mijn favoriete reden om te gaan kwijt.

Dit verhaal had slecht kunnen aflopen. Maar net in die tijd nam mijn vader een boek mee naar huis, dat was geschreven door een doctor. Ik weet niet of mijn vader wist dat ik moeite had met lezen, maar hij wist wel dat *Green Eggs and Ham* van Dr. Seuss grappig was. We begonnen er ’s avonds samen in te lezen. Ik vond het leuk door de plaatjes en het gelach van mijn vader, en na een tijdje realiseerde ik me ook dat de woorden op de bladzijden zo slecht nog niet waren. Ze hadden elk maar een paar letters, en die letters herhaalden zich in consistente patronen die leuk waren om hardop te zeggen. Na een paar rondjes ‘*Sam I am. I am Sam*’ begon het lampje in mijn hoofd met het labeltje ‘woorden’ te flikkeren, en toen mijn vader en ik verdergingen met het wat complexere *The Cat in the Hat*, begon dat lampje helder te schijnen. Dankzij Dr. Seuss leerde ik lezen.

Waarom Johnny niet kan lezen

Hetzelfde geldt voor honderden miljoenen andere kinderen. Tegen de tijd dat hij overleed, in 1991, had Dr. Seuss zestig boeken geschreven, waarvan er tot op heden meer dan een kwart *miljard* exemplaren zijn verkocht.⁴

Volgens *Publishers Weekly* zijn drieëntwintig van de 150 bestverkochte kinderboeken aller tijden geschreven door Dr. Seuss. Zijn benadering van schrijven – waarvan de helft om tekenen draait – heeft de manier waarop Amerika leerde lezen veranderd.

Maar waar kwam Dr. Seuss, met zijn grappige woorden en maffe plaatjes, vandaan – en hoe hebben deze ogenschijnlijk simpele boeken de manier waarop jonge leerlingen tegen lezen aankeken zo ingrijpend kunnen veranderen? Om dat verhaal te snappen, moeten we eerst kennismaken met John Hersey.

John Hersey had niet dezelfde problemen met lezen als ik. Hij hield van woorden. Als correspondent tijdens de Tweede Wereldoorlog, schreef hij over Amerikaanse soldaten die aankwamen op Sicilië, de kou van het Russische front en de hitte van de Birmaanse jungle. Tijdens zijn diensttijd in de Pacific overleefde hij een vliegtuigcrash in de Stille Zuidzee. Nadat hij naar de oppervlakte was gezwommen, was het eerste wat hij dacht dat hij zijn teksten moest vinden – en dat gebeurde ook toen zijn notitieblok kwam bovendrijven en tegen zijn hoofd aanbotste.

John Hersey's liefde voor woorden werkte aanstekelijk. In 1946 schreef hij het langste artikel dat ooit door het tijdschrift *The New Yorker* werd gepubliceerd. Zijn essay 'Hiroshima' vertelde in 31.000 woorden over de verwoestingen die de eerste atoombom aanrichtte. (Dat zijn heel veel woorden voor een tijdschrift: 31.000 is meer dan de helft van de lengte van het boek dat je nu in handen hebt.)

Verborgen achter een prachtige *New Yorker*-cartoon op de cover, van een warme middag in Central Park, verscheen 'Hiroshima' in de uitgave van het tijdschrift van 31 augustus 1946. De zonnige cover was een truc; de donkerte van Hershey's artikel vulde het volledige tijdschrift. Voor de eerste en (tot nu toe) enige keer, wijdde *The New Yorker* zijn inhoud aan slechts één verhaal – geen cartoons, geen nieuws, geen recensies; alleen 'Hiroshima'. Het was een van de succesvolste uitgaven van het tijdschrift ooit, en was bij de krantenkiosken binnen enkele uren uitverkocht. Later werd 'Hiroshima' door *Time Magazine* omschreven als 'het meest geprezen stuk journalistiek dat de Tweede Wereldoorlog heeft voortgebracht'.

Het is duidelijk dat John Hersey van woorden hield. Het is dan ook fascinerend dat hij, toen hij later een artikel over lezen schreef voor het tijdschrift *Life*, uiteindelijk vooral over plaatjes schreef.

Plaatjes? Wacht even – was Hersey niet een woordenman? Deze ontdekking is zo belangrijk voor dit verhaal (en voor de rest van dit boek) dat ik het wil herhalen: *in een artikel dat hij schreef over kinderen helpen om te leren lezen, focuste John Hersey met name op de plaatjes die de woorden begeleidden.*

Dit is wat er gebeurde.

In 1952, zes jaar na zijn doorbraak met het *New Yorker*-verhaal, was Hersey uitgegroeid tot een succesvol schrijver en professor Engels. Hij was ook vader geworden van vijf kinderen, en omdat hij meer wilde weten over hun onderwijs, nam hij zitting in een ouder-onderwijzergroep, de *Citizens' School Study Council of Fairfield* geheten. Het doel van deze studiegroep was de schoolhoofden, onderwijzers

en ouders van het schooldistrict Connecticut te helpen begrijpen waarom kinderen niet zo goed leerden lezen – iets wat Hersey, als toegewijd woordenman, bijzonder zorgwekkend vond.

Net zoals er tegenwoordig zorgen bestaan over hoe het internet onze hersenen beïnvloedt, was zestig jaar geleden de bezorgdheid groot dat een nieuwe technologie (in die tijd televisie) en een nieuwe stijl van lesgeven (geïndividualiseerd onderwijs in plaats van eindeloos in groepen herhalen) de algemene ‘geletterdheid’ ondermijnden. Volgens Hersey was het doel van de studieraad het beantwoorden van de vraag ‘Leren onze jonge burgers onze taal goed genoeg gebruiken?’.

Om deze uitdaging op te pakken, bezochten de leden van de studiegroep schoolklassen, lazen vakliteratuur, raadpleegden onderwijsexperts, en leerden wat ze maar konden over de kunst van het leren lezen. Na twee jaar van intensieve inspanningen en onderzoek sloot Hersey de studie af door opnieuw een lang artikel te schrijven, dat ditmaal in *Life* verscheen.

‘Why Do Students Bog Down on the First R?’ (*Waarom struikelen leerlingen over de eerste R?*), verscheen ergens midden in het blad, in de uitgave van 24 mei 1954. Omgeven door advertenties voor sigaretten, zonnebrillen en Greyhound-busvakanties naar Yellowstone, besloeg het artikel maar liefst tien pagina’s. In het artikel dekten Hersey en de studiegroep een breed terrein af. Ze onthulden dat kinderen liever televisie kijken dan lezen (niet echt een verrassing), dat er meer nadruk werd gelegd op het helpen van de langzame lezers dan de snelle lezers (een beetje een verrassing), en dat beslissingen over de ‘juiste’ manier van onderwijzen altijd wel moeilijk zouden blijven, omdat er in het onderwijs maar zo weinig was dat zinvol kan worden gemeten (een behoorlijk grote verrassing).⁵

Maar de allergrootste verrassing was meteen ook de eenvoudigste: de reden dat kinderen niet leerden lezen, was dat hun boeken er saai *uitzagen*.

Waar een wil is

Door alleen maar te kijken naar de plaatjes in de eerste leesboeken die de leerlingen van Fairfield kregen, zag de studiegroep al snel waarom de kinderen ze niet wilden lezen. ‘In de klas worden jongens en meisjes geconfronteerd met boeken met daarin nietszeggende illustraties die de opgepoetste levens van onnatuurlijk schone jongens en meisjes afbeelden.’

Hersey raakte zelfs nog meer gefocust op de plaatjes: ‘Kleine jongens in Fairfield die proberen te leren lezen zien een eenzame jongen, Tom geheten, die gedoemd is eindeloos, met onnatuurlijk beheerste

goede manieren, te spelen met twee zoetsappige meisjes, Betty en Susan. Dit angstaanjagende leven dat Tom leidt, is onlosmakelijk verbonden met de eerste cruciale fasen van lezen. Het is niet zo heel verrassend dat sommige jongens zich terugtrekken uit deze ervaring.'

Hoe lezen er in 1954
uitzag.



In een samenvatting van zijn bevindingen, concludeerde de raad dat de kinderen niet leerden lezen omdat ze de boeken die ze krijgen niet willen lezen – en deze boeken wilden ze niet lezen *omdat ze de plaatjes verschrikkelijk vonden*.

Hersey besloot zijn artikel met een pleidooi richting de uitgevers van leerboeken. 'In lagere-schoolboeken, verwijzen de plaatjes op elke pagina naar vrijwel alles in de tekst. Het kind wordt geholpen om de woorden te visualiseren, maar het wordt geholpen door plaatjes die eenvormig, afgezaagd, geïdealiseerd en verschrikkelijk letterlijk zijn. Waarom zouden er geen plaatjes in kunnen staan die de associatieve rijkdom die kinderen geven aan de woorden die ermee worden geïllustreerd *verruimen* in plaats van beperken – tekeningen, zoals die van de geweldig fantasievolle genieën onder de illustratoren voor kinderen, Tenniel, Howard Pyle, Dr. Seuss, Walt Disney?'

Gelukkig voor mij las een dappere leerboekenredacteur het artikel vele jaren later.

De lijsten

William Ellsworth Spaulding was redacteur bij Houghton Mifflins leerboekendivisie in New York. Hij las Hersey's artikel en raakte geïnspireerd: *Waarom zou je niet een van die kinderboekenauteurs een*

schoolleraar laten schrijven? Maar met de illustratoren die Hersey noemde, waren de opties beperkt. Sir John Tenniel, de oorspronkelijke illustrator van *Alice in Wonderland*, was veertig jaar daarvoor overleden, in 1914. Howard Pyle, auteur en illustrator van *The Merry Adventures of Robin Hood*, was zelfs nog eerder overleden, in 1911. En Walt Disney, weliswaar nog springlevend, was druk bezig met de laatste puntjes op de i voor een themapark in Los Angeles.

Dus bleef alleen Ted Geisel over, een matig succesvolle kinderboekenschrijver die onder de meisjesnaam van zijn moeder, Seuss, schreef en tekende. Spaulding kende Dr. Seuss en nam contact op met zijn uitgever, Bennett Cerf van Random House, om te kijken of Cerf misschien bereid was om de auteur uit te lenen om zich eens aan een leerboek te wagen. Cerf stemde ermee in, zolang Random House maar de boekwinkelversie van alles wat Dr. Seuss schreef mocht verkopen.

Dat werd afgesproken en Spaulding benaderde Dr. Seuss. Om ervoor te zorgen dat wat Dr. Seuss ook maar zou schrijven, kon dienen als lesboek dat onderwijzers en schooldistricten zouden kopen, gaf Spaulding Dr. Seuss drie lijsten met woorden mee, waarvan experts hadden vastgesteld dat ze belangrijk zijn voor eerste klassers om te lezen. Alles bij elkaar bevatten de lijsten 348 woorden.

Dr. Seuss keek naar de lijsten en vond de hele exercitie maar belachelijk. Maar toen nam hij de eerste twee woorden die rijmde: 'cat' en 'hat'.⁶

De weddenschap

Het kostte Dr. Seuss negen maanden om *The Cat in the Hat* te schrijven en te illustreren. (Hij gebruikte maar 236 van de woorden.) Door het boek veranderde de manier waarop onderwijzers lesgeven, hoe scholen teksten kochten, hoe uitgevers aankeken tegen onderwijs, en – het belangrijkste voor *dit* boek – hoe mensen woorden en plaatjes met elkaar verbonden.

The Cat in the Hat was zo'n succes voor Random House dat Bennett Cerf besloot de inzet te verhogen. Hij wedde om vijftig dollar met Dr. Seuss, dat het Seuss niet zou lukken deze prestatie nog eens te herhalen met gebruik van slechts vijftig woorden. Dit keer bevatte de lijst 'ham', 'am' en 'Sam'. En dit keer kostte het Dr. Seuss slechts vijf maanden om *Green Eggs and Ham* te schrijven.

Plaatjes maken de woorden belangrijk – en vice versa

En dat is hoe ik – en vrijwel iedereen die in de afgelopen vijftig jaar in Amerika is geboren – leerde lezen: door simpele woorden op te dreunen die onderling zijn verweven met aansprekende plaatjes. De magische saus waarmee Dr. Seuss zijn boeken overgoot, veranderde niet alleen hoe Amerika leerde lezen, maar veranderde ook hoe we over boeken denken: De boeken die ons het best dingen leren, zijn de boeken die *zowel* ons verbale als ons visuele brein aanspreken.

Uiteindelijk was de magische saus helemaal niet zo magisch; het was gewoon logisch. Een van de beste inzichten van Hersey en het rapport van de raad was dat experts en onderwijzers het erover eens waren: *een kind dat echt iets wil leren, leert het meestal ook*. ‘Sommige opvoedkundigen menen thans dat beginners tot wel 200 woorden in de eerste zes maanden kunnen opnemen, gesteld dat woorden worden gebruikt die kinderen willen leren.’ En wat is de beste manier om ervoor te zorgen dat een kind wil leren? Maak het leuk voor het hele brein.

Wat is er met de plaatjes gebeurd?

Van de woorden van een oorlogscorrespondent naar een geïnspireerd stel uitgevers naar een auteur die van tekenen hield naar miljoenen kinderen die besloten dat lezen eigenlijk nog niet zo slecht was; het is een geweldig verhaal. Het vertelt ons, naast allerlei andere dingen, dat bij het leren lezen plaatjes net zo belangrijk zijn als de woorden die ze begeleiden.

Dan volgt nu de grote vraag: als plaatjes zo’n verschil maken om jonge kinderen voor een idee te winnen, waarom zouden we dan stoppen bij kinderen? Als plaatjes zo’n belangrijke rol speelden om ons te motiveren om zoiets lastigs als lezen te *willen* ondernemen, waarom gebruiken we nu dan geen plaatjes om ons te motiveren om de problemen waarmee we als volwassenen worden geconfronteerd te *willen* begrijpen? Als plaatjes ons toen een goede manier boden om ons op ideeën te storten, waarom hebben we de plaatjes nu dan afgezworen?

In het bedrijfsleven, evenals in de politiek, het onderwijs, en het leven, hebben we het beeldenpad achter ons gelaten, precies op het moment dat we dit het hardst nodig hebben. Waarom?

Is 'anders denken' niet precies wat we zoeken?

Het grootste buzz-woord in het bedrijfsleven is tegenwoordig *innovatie*. De zakelijke pers, ondernemingsleiders en businessschools kunnen het niet vaak genoeg zeggen: 'Innovatie is de sleutel tot succes.' 'We moeten innoveren om uit deze recessie te komen.' 'Als we hun vermogen om te innoveren zouden kunnen imiteren, dan zouden we de Apple van de (vul hier de branche maar in) kunnen worden.'

Als we op zoek zijn naar innovatie, zijn we dan niet simpelweg op zoek naar een andere manier om naar de wereld te kijken? Laten we de vraag van daarnet nog eens stellen, maar nu vanuit een ander perspectief. Hoe komt het dat we, op een moment in de geschiedenis dat we meer dan ooit tevoren anders naar de wereld moeten kijken, ons brein niet dwingen anders naar problemen te kijken? Als ons doel is anders te *kijken*, waar zijn al onze plaatjes dan gebleven?

Waarom Johnny en Janey niet kunnen tekenen
(de echte reden dat we problemen niet kunnen oplossen
om ons hachje te redden)



De reden dat we denken dat we niet visueel zijn...



... is dat, net toen we de dingen begonnen te begrijpen...

... ze de plaatjes hebben
weggenomen. ►



Plaatjes zijn geen oefenwielmpjes

We kennen allemaal de kracht van plaatjes als middel om te leren. Voordat we leerden lezen, werd ons gevraagd tekeningen te maken. Maar toen stopten de plaatjes. Ons volledige onderwijssysteem heeft zich ontwikkeld naar de overtuiging dat plaatjes zijn als oefenwielmpjes: ze zijn alleen nuttig om ons op gang te helpen met lezen – en tekenen moet verdwijnen zodra we kunnen schrijven.



En daar klopt gewoon niks van. Plaatjes zijn het deel van ons denken dat ons sturing en richting geeft. Het is het 'grote totaalplaatje' dat ons laat zien waar we naartoe gaan. Plaatjes zijn geen oefenwielmpjes: *plaatjes zijn het voorwiel.*



Als het gaat om denken, praten en problemen oplossen, is het net alsof we allemaal rondrijden op mentale eenwieliers. Natuurlijk, met genoeg oefenen kan iedereen erop leren fietsen, maar waarom zouden we: we zullen altijd sneller en stabielere zijn met twee wielen dan met één.



Bla-bla-bla. Geen wonder dat niemand de wereld kan verklaren. De rest van dit boek gaat ons weer terugbrengen op beide wielen.

'Hoe meer woorden je nodig hebt, hoe minder *enchanting* je bent. Lees dit boek en ontdek waarom – en hoe je het probleem kunt oplossen.'

Guy Kawasaki, auteur van Enchantment: The Art of Changing Hearts, Minds, and Actions



'De belangrijke lessen uit dit boek zullen je helpen al het overbodige te elimineren zodat je ontdekt wat het belangrijkste is. Je presentaties zullen een blijvende impact op mensen hebben.'

Garr Reynolds, auteur van Presentation Zen en The Naked Presenter

'Het knappe van dit boek is hoe het simpel duidelijk maakt hoe krankzinnig hard werken het is om dingen simpel en duidelijk te maken.'

David Allen, auteur van Getting Things Done

'Bla-bla-bla is het resultaat wanneer (slimme) mensen hun conversaties beperken tot uitsluitend woorden. Dan Roam laat ons zien hoe we aan dit maar al te bekende fenomeen kunnen ontsnappen met wat hij Vivid Thinking noemt. Dit boek is een must-have voor iedereen die zinvolle, duidelijke en productieve gesprekken wil voeren.'

*Alexander Osterwalder, auteur van
Business Model Generatie*

'Bla Bla Bla... Minder woorden en meer beeld. Dan Roam geeft heldere handvatten voor Visueel Denken en Doen!'

*Patrick van der Pijl, producent
Business Model Generatie*

'Eindelijk! Een boek dat je leert "visueel alfabeet" te worden. Dan Roam heeft visuele communicatie gedistilleerd tot een visuele grammatica die slim en direct toepasbaar is. De inzichten in "Bla Bla Bla" zullen je helpen tot de kern te komen en ideeën levendig te maken.'

*Nancy Duarte, directeur, Duarte Design, Inc.,
auteur van Slideology en Resonate*

ISBN 978-901310910-8



9 789013 109108

www.kluwermanagement.nl

In Dan Roams eerste veelgeprezen boek, *The Back of the Napkin*, leerde hij lezers hoe ze problemen kunnen oplossen en ideeën verkopen door eenvoudige tekeningen te maken. Nu bewijst hij in *Bla Bla Bla* dat 'Vivid Thinking' zelfs nog effectiever is. Deze techniek combineert ons verbale en visuele brein, zodat we sneller kunnen denken en leren, lesgeven en onze collega's inspireren, en ideeën op een geheel nieuwe manier kunnen waarderen en uitwisselen. Roam laat zien dat iedereen deze systematische aanpak kan toepassen, van linkerhersenhelfttypes die een hekel hebben aan tekenen tot rechterhersenhelfters die een hekel hebben aan schrijven. Dit is niet gewoon een boek over het verbeteren van communicatie, presentaties en ideevorming; het helpt je bla-bla-bla voorgoed uit je leven te bannen.



DAN ROAM adviseerde cliënten zoals Microsoft, Google, Wal-Mart, Boeing, Lucasfilm, The Gap, the US Navy en het communicatiebureau van het Witte Huis. Zijn analyse van de gezondheidszorg werd *BusinessWeek's* Beste Presentatie van 2009 genoemd.

 **Kluwer**
a Wolters Kluwer business