

Hoe dertig jaar e-mailen Nederland veranderde

HILBRAND ROZEMA
nd.nl/cultuur

... Dertig jaar geleden verstuurde Piet Beertema de eerste e-mail van Nederland.

... Sinds die dag, 17 november 1988, is het fenomeen explosief gegroeid. Het vreet tijd en maakt communiceren stroever. Er zijn al e-mailvrije bedrijven.

► AMSTERDAM

Piet Beertema zal het niet vermoed hebben toen hij op 17 november 1988 om 14:28 uur zijn bericht verzond, maar er is toen een lawine gaan rollen. En al rollend, heeft die lawine onze communicatie veranderd. Zelfs in de liefde. Verkering vragen doen jongeren tegenwoordig via sociale media en niet meer oog in oog, zeggen deskundigen. Beertema kreeg toegang tot het jonge internet, in die pioniersfase nog helemaal Amerikaans. Als systeembeheerder van Centrum Wiskunde & Informatica in Amsterdam kreeg hij een bericht van Stephen Wolff (VS). Hij reageerde. Beertema's contacten als wetenschapper waren de enige reden dat hij er zo vroeg bij was. Pas in 1993 konden ook Nederlandse particulieren het internet op, als eerste via aanbieder XS4ALL.

In die begintijd had e-mail nog glans. Zo verscheen in 2000 het boek *E-mail etiquette*. Liesbeth Koenen deed, meldt de flaptekst omfloerst-romantisch, 'uit de doeken wat e-mail is en hoe je ervan kunt genieten'. De keerzijde werd ook snel duidelijk: propvolle mailboxen, stress en schuldgevoel. Er verschijnen tegenwoordig vooral andere boeken. Deze week nog: *Concentratie. Gefocust blijven in tijden van afleiding*. Auteur Stefan van der Stigchel gelooft niet in multitasken: 'Je concentratie wordt zeker onderbroken bij een nieuwe mail. We weten uit observatiestudies dat werknemers vaak voorrang geven aan het lezen van de nieuwe mail.

Het duurt daarna minuten voordat het werk weer wordt opgepakt. Concentratie is moeilijk, en we presteren pas optimaal zonder die afleidingen.' e-mailvrije vrijdag

E-mail vreet tijd, managers zijn er uren per dag druk mee. In 2001 koos Nestlé Roundtree als eerste bedrijf voor een e-mailvrije vrijdag: rust op het werk moest burn-outs voorkomen. Ook Atos-topman Thierry Breton werd vurig pleitbezorger. Zijn bedrijf is na 4,5 jaar 'strijd' e-mailvrij. Op 30 november vierten de Belgen e-mailloze vrijdag. Het is de elfde keer. De Belgische campagne komt met 'tien geboden'. Op 6: 'Beperk je e-mail tot de onderwerpregel en sluit af met 'eom' (end of message)'. Op 8: 'Schrijf je uit voor alle nieuwsbrieven'.

E-mailrommel opruimen, dat is allemaal nog een praktische kwestie. Frank van Marwijk (58), auteur van *Lichaamstaal* (2018), signaleert iets anders. Namelijk, dat nuances van ironie, humor en lichaamstaal verdwijnen uit de communicatie. Dat leidt tot misverstanden. Zijn we ons anders gaan gedragen?

'Ja, helaas is dat zo. Ik hoorde dat een scholier alleen nog maar verkering kan vragen via WhatsApp, niet 'in het echt'. Daarmee verlies je een leer-schul van het leven. 'Alleen non-verbaal leer je begrijpen of het klikt. Als een tiener iemand leuk vindt, gaat dat in stapjes. Je komt nader, stoot iemand aan, en dan volgen signalen waardoor je weet of je een stapje verder mag. En je kunt terug zonder gezichtsverlies. Jongeren missen nu vaker die signalen. Dat is zorgelijk.'

Als dat waar is, is die puberretiquette snel veranderd. Peter Rijcken, docent marketing aan de hogeschool Leiden, heeft erop gewezen dat jonge Nederlanders sociale media zien als praten, niet als schrijven. En e-mailen en appen zijn voor de jongste generatie al

'twee totaal verschillende werelden'. gespreksvrees

'Maar als je als tiener vooral 'praat' via e-mail en WhatsApp, is een sollicitatiegesprek héél spannend', weet Van Marwijk. 'Wat moet je lichaams-houding zijn? De hele tijd strak rechtop zitten, als een stokstaartje? Dat werkt niet.'

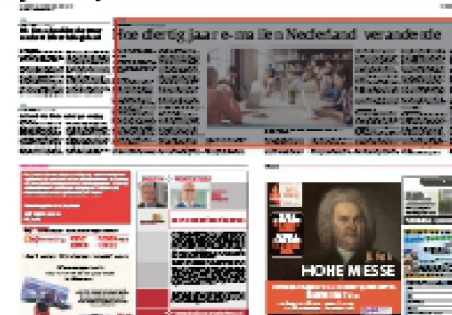
Ook uit eigen waarneming lijkt het er inderdaad wel op dat e-mail mensen verandert. Een goede vriendin vertelt dat haar dochter (18) die een baantje heeft, haar chef niet durft te bellen. Een andere vriendin (39), vrijgezel, bezoekt soms datingsites. Het valt op hoe vaak een 'date' zich er na meerdere gezellige avonden vanaf maakt met een app of mailtje. Moeite doen hoeft niet meer: het gemak dient de mens. Verder is het verschil tussen mailen/appen en realiteit nogal eens fors. In het echt blijken mensen minder gevat dan in hun apps of mails.

Ook op de werkvloer gaat communicatie soms de mist in. Van Marwijk schrijft: 'Als een collega je mailt: "Waarom heb je dat niet eerder verteld?", weet je niet hoe dat is bedoeld: vriendschappelijk of boos. De intonatie ontbreekt. Ook een emoticon helpt niet verder. Is een gezicht met gebogen mondje nu 'balen' of 'boos'? Loop bij je collega langs of bel even na een mail – dan lever je je intonatie erbij.'

één voordeel

Het persoonlijke contact neemt af. 'Je boodschappen inscannen en per pasje afrekenen: je loopt de supermarkt door zonder iemand te zien. En onderweg: ieder zit met oortjes in of kijkt op de telefoon, je kijkt elkaar niet meer aan, maakt geen oogcontact. Ook dat baart me zorgen.' Nog een nadeel: 'E-mail is makkelijk terug te vinden, we onthouden minder en trainen ons geheugen minder scherp.'

Van Marwijk ziet welgeteld één voordeel aan minder contact. 'Bij sol-



liciteren is een neutrale brief of mail wellicht aan te bevelen omdat het discriminatie kan verhinderen: het bedrijf ziet dan de persoon zelf immers niet direct.'

hersencapaciteit

Onze hersencapaciteit heeft grenzen. Voor velen is het verzadigingspunt bereikt, getuige termen als 'digitale detox' (ontgiften) en smartphonever-slaving. Tegelijk houden Nederlan-

ders groot vertrouwen in e-mail. Dat blijkt uit het jaarlijkse Nationaal E-mail Onderzoek van het bedrijf Spot-ler onder 2055 respondenten. Drie-kwart kocht in 2018 minstens één keer online na een mail van een web-shop. Verder is 94 procent ingeschre-ven op e-mailnieuwsbrieven. Jonge-ren zijn selectiever, zij ontvangen er vijf, mensen in de leeftijdsgroep 35-55 zo'n twintig. Nederlanders ver-trouwen e-mail het meeste qua pri-

vacy (60 procent), tegen een schamele 17 procent die WhatsApp vertrouwt.

In 2015 was de smartphone voor 36 procent het populairst om mail op te lezen, in 2018 al voor 46 procent. Apps en e-mails lezen geldt als 'wachtverzachter': je kunt er de tijd mee doden op het station of bij de kassa. <

BEELD ISTOCK



We willen 'digitaal detoxen'. Tegelijk houden Nederlanders een groot vertrouwen in e-mail.