

De werkelijke oorzaak van de polarisatie in de westerse wereld

Denk-experimentjes met een chatbotje doen is een nieuwe hobby van mij geworden. Door de juiste vragen te stellen krijg je een beter begrip en inzicht van complexe problemen. Tenminste, als je dat met een kritische houding doet. Ik heb in dit geval gebruik gemaakt van ChatGPT4o = chatbotje.

Zolang chatbotjes alleen vanuit taalmodellen en dus vanuit pure ratio communiceren, en ze geen toegang hebben tot emoties/ gevoel, intuïtie en instinct, zijn wij mensen superieur t.o.v. elke vorm van AI. Je dient wel de kunst van het 'vragen stellen' onder de knie te krijgen.

Het chatbotje als je nieuwe digitale maatje?

Het voordeel van een chatbotje is, als je specifiek bent in je vraagstelling, dat je een specifiek antwoord van chatbotje krijgt incl. bronvermeldingen. Dat tezamen geeft je de context, zodat je het antwoord van chatbotje op waarde kunt schatten. Een controlevraag op een antwoord van chatbotje kan zijn: "Ken je nog meer bronnen, zo ja, welke?". Daarmee krijg je veelal het speelveld duidelijk waar binnen chatbotje 'mag' zoeken. Ook AI wordt ingezet voor 'social engineering'. Vergis je niet. Zo is Wikipedia bijvoorbeeld geen betrouwbare bron. Vraag dan ook naar andere verklaringen vanuit andere bronnen.

Met dat in ons achterhoofd kunnen we op zoek gaan naar het hoofddoel van dit blog, namelijk '*de werkelijke oorzaak van de polarisatie in de westerse wereld*'. Let wel, dit is een denk-experiment. Als je zelf nog uitstapjes wilt maken in dit vragenspel tussen mij en het chatbotje, ga vooral je gang. Misschien vind je het leuk om je uitstapjes met ons te delen. Dat stellen we altijd op prijs.

Voor een betere leesbaarheid van dit blog geef ik je hier alvast de vragen die ik chatbotje in deze volgorde stelde:

1. Welke strategieën en tactieken zou jij gebruiken om een preferente werkelijkheid* te creëren?
2. Welke onderdelen van een samenleving of maatschappij heb je nodig om die/een preferente werkelijkheid ook daadwerkelijk werkelijkheid te laten worden? Ik doel dan op de instituten als de media, geheime diensten en bijvoorbeeld gekochte wetenschap. Hoe zie jij dat?
3. Als je nu vanuit dat algemene theoretische kader, zoals je hierboven hebt geschetst, naar de mensen gaat kijken die een dergelijke preferente werkelijkheid tot stand moeten brengen, welk type mens heb je dan nodig om dit efficiënt te effectueren? Wat zijn dan de karakter- of persoonlijkheidstrekken (triads) die je dan wilt zien in iemand?
4. [Verduidelijkingsvraag] Je geeft als antwoord onder meer: C. Ethiek en Integriteit met de uitwerkingen op eigenschappen en de rol er van. Stel nu dat juist dat niet gewenst is, welke persoonlijkheidskenmerken krijg je dan?
5. In welke **beroepsgroepen** vind je vooral mensen die zonder ethiek en integriteit willen beïnvloeden? Dus mensen die opzettelijk misleiden om een preferente werkelijkheid te kunnen creëren voor eigen gewin, eigen belang of het groepsbelang? Kun je dat eens nauwkeurig uiteenzetten?
6. Uitwerking NGO's: Welke beïnvloedingsmacht hebben NGO's vooral? Hoe passen ze het toe? En in welke mate is er sprake van social engineering van een doelgroep of bevolking?
7. Hoe zou je 'opzettelijke misleiding' vanuit de psychiatrie classificeren?
8. Waarom volgen heel veel 'goede' mensen de mensen die liegen, bedriegen of manipuleren? Hoe zit dat? Wat zijn de kenmerken en sociale/ psychologische aspecten aan die mensen, die maken dat ze zo volgzzaam zijn aan iets waarvan ze veelal wel weten (aanvoelen) dat er iets niet klopt/ er iets niet deugt, maar geen vragen durven stellen?

Hiermee kun je zelf het denk-experiment vlot testen. Gewoon achter elkaar invoeren (na elk antwoord van chatbotje de volgende vraag ingeven). Hieronder de uitwerking van mijn denk-experiment met chatbotje en mijn conclusies. Wat je ook doet: Veel plezier!

P.S. Dit blog is ook als pdf beschikbaar.

Inleiding

Zoals velen al jaren zien, wordt de realiteit door veel 'globalisten**' en diens handlangers, vervormd. Dat doen die globalisten om tot een gewenst resultaat van het gedrag van 'het volk' / 'de burger' te komen zodat (veelal) economische doelstellingen worden behaald vanuit een bepaalde visie, overtuiging of ideologie. Klaus Schwab van het WEF zei niet voor niets: "You'll own nothing and will be happy". Voor de aangesloten globalisten en landen (vertegenwoordigd door politieke figuren) blijkt de ultieme vorm van een geslaagd 'social engineering' experiment.

Besef goed wat er allemaal voor nodig is om dat voor elkaar te krijgen.

Zo is er constante en geraffineerde propaganda nodig om de 'preferente werkelijkheid*' tot algemeen geaccepteerde waarheid te kunnen vervormen. Zolang men (vooral het volk) instemt, kunnen de globalisten verder met hun plannen. Dat gaat stapje voor stapje, volgens een vooropgezet plan met een duidelijke publiek-private samenwerking. Zie hiervoor bijvoorbeeld de verschillende dashboards van het WEF.

Let wel, zo denk ik er over. Mijn denkbeelden heb ik met behulp van chatbotje getest. Verderop lees je daarvan het resultaat.

Een theoretisch kader als transparant voor de werkelijkheid ontwikkelen

Om tot een preferente werkelijkheid te komen is (gerichte) **beïnvloeding en overtuigingskracht** nodig. In mijn denk-experiment wil ik vooral inzoomen op het theoretische kader van de mogelijke beïnvloedingsstrategieën en beïnvloedingstactieken, zodat er een theoretisch kader of model kan ontstaan die dan als een transparant over de huidige realiteit kan worden gelegd. Als dat transparant is gerealiseerd, dan kun je het spelletje 'zoek de verschillen?' spelen door het theoretisch kader gecreëerd met chatbotje als een transparant over de werkelijkheid te leggen.

Als die verschillen er niet of nauwelijks zijn... tja, dan zitten we dus midden in een proces van de creatie van een preferente werkelijkheid. De spanningen die daardoor ontstaan en bewust worden gecreëerd, zorgt dan automatisch voor de polarisatie.

Zijn die verschillen tussen het theoretische model (het transparant) er volop, dan is er mijn inziens sprake van een deel van het volk dat aan een vorm van bijgeloof of wanen 'lijdt', waar ik er dan één van ben.

In beide gevallen is er dus sprake van polarisatie. We ontkomen er niet aan. We hebben echter wel de plicht als mens en als soort om de realiteit van ons handelen onder ogen te zien en dus aan waarheidsvinding te blijven doen, zonder daar consessies in aan te brengen. Volledige transparantie en een integere houding zijn daarvoor voorwaardelijk elementen, als je het mij vraagt.

Met die wetenschap in m'n achterhoofd vond ik het wel een onderzoekje, in de vorm van een denk-experiment met een chatbotje, waard. Test het zelf en laat ons vooral weten wat je er van vindt (kan via: contact@veiligenvrij.nl). Laat ik beginnen.

[VRAAG 1] De eerste vraag die ik aan chatbotje stelde was: welke strategieën en tactieken zou jij gebruiken om een preferente werkelijkheid te creëren (laten we neutraal en bij het begin beginnen)?

Antwoord chatbotje

Het creëren van een preferente werkelijkheid, ofwel een gewenste of gunstige werkelijkheid, kan verschillende strategieën en tactieken vereisen, afhankelijk van het specifieke doel en de context. Hier zijn enkele algemene strategieën en tactieken die kunnen worden toegepast:

1. Communicatie en Narratief-vorming

A. Framing

- Definitie: Het selectief benadrukken van bepaalde aspecten van een verhaal om een specifieke interpretatie of perceptie te bevorderen.

- Toepassing: Gebruik positieve taal en beelden om de gewenste werkelijkheid aantrekkelijk te maken. Bijvoorbeeld, in een bedrijfscontext, kan je succesverhalen en positieve testimonials gebruiken om een gunstig beeld van het bedrijf te creëren.

B. Consistente Messaging

- Definitie: Het herhalen van dezelfde boodschap over verschillende kanalen en tijdspannes.

- Toepassing: Zorg voor consistentie in de boodschap door alle communicatiemiddelen te synchroniseren, inclusief sociale media, nieuwsbrieven en persberichten.

2. Onderzoek en Data-analyse

A. Marktonderzoek

- Definitie: Het verzamelen en analyseren van gegevens om inzicht te krijgen in de doelgroep en hun behoeften.

- Toepassing: Voer enquêtes, focusgroepen en interviews uit om te begrijpen wat de doelgroep waardeert en daarop inspelen met de boodschap.

B. Data-analyse

- Definitie: Het gebruik van statistieken en gegevens om patronen en trends te identificeren.

- Toepassing: Gebruik data-analyse om de effectiviteit van campagnes te meten en de strategieën aan te passen op basis van de resultaten.

3. Sociale Beïnvloeding en Netwerken

A. Invloedrijke Persoonlijkheden

- Definitie: Het inzetten van invloedrijke personen om de boodschap te verspreiden.

- Toepassing: Werk samen met influencers, beroemdheden, of experts die de gewenste boodschap kunnen ondersteunen en verspreiden.

B. Community Building

- Definitie: Het opbouwen van een groep mensen met gedeelde belangen en waarden.
- Toepassing: Creëer gemeenschappen rond de gewenste werkelijkheid door middel van evenementen, online forums, en sociale mediagroepen.

4. Psychologische Tactieken

A. Cognitieve Dissonantie

- Definitie: Het creëren van een mentale spanning wanneer mensen informatie krijgen die in strijd is met hun huidige overtuigingen, wat hen motiveert om hun overtuigingen te veranderen.
- Toepassing: Introduceer overtuigende informatie die de huidige percepties van mensen uitdaagt en hen aanzet om de gewenste werkelijkheid te accepteren.

B. Sociaal Bewijs

- Definitie: Het beïnvloeden van mensen door te laten zien dat anderen dezelfde keuze hebben gemaakt.
- Toepassing: Gebruik getuigenissen, recensies, en statistieken die laten zien dat een groot aantal mensen de gewenste werkelijkheid al accepteert.

5. Visuele en Media Tactieken

A. Visuele Storytelling

- Definitie: Het gebruik van beelden en video's om een verhaal te vertellen.
- Toepassing: Gebruik infographics, video's en afbeeldingen om de boodschap visueel aantrekkelijk en memorabel te maken.

B. Media Partnerships

- Definitie: Samenwerken met mediakanalen om de boodschap te verspreiden.
- Toepassing: Werk samen met relevante media-outlets voor interviews, artikelen, en advertorials die de gewenste werkelijkheid ondersteunen.

6. Onderwijs en Voorlichting

A. Educatieve Programma's

- Definitie: Het opzetten van programma's die mensen informeren en overtuigen.
- Toepassing: Organiseer workshops, seminars, en webinars om de doelgroep te onderwijzen over de voordelen en realiteit van de gewenste werkelijkheid.

B. Voorlichtingscampagnes

- Definitie: Campagnes gericht op het informeren van het publiek.
- Toepassing: Ontwikkel campagnes die gericht zijn op het voorlichten van mensen over belangrijke aspecten van de gewenste werkelijkheid.

7. Betrokkenheid en Activering

A. Participatie

- Definitie: Mensen actief betrekken bij het proces.
- Toepassing: Moedig mensen aan om deel te nemen aan activiteiten en evenementen die de gewenste werkelijkheid bevorderen.

B. Activering

- Definitie: Het motiveren van mensen om actie te ondernemen.
- Toepassing: Gebruik oproepen tot actie in communicatie om mensen aan te zetten tot het omarmen en verspreiden van de gewenste werkelijkheid.

Door een combinatie van deze strategieën en tactieken toe te passen, kan een preferente werkelijkheid effectief worden gecreëerd en ondersteund. Het is belangrijk om *flexibel te zijn en de aanpak aan te passen op basis van verkregen feedback en de resultaten*.

[Einde antwoord chatbotje]

Indrukwekkend, vind je niet? Je kunt stellen dat je hier op hoofdlijnen al een algemeen draaiboek hebt voor het creëren van **een** preferente werkelijkheid.

Het was mij nog niet specifiek genoeg, daarom stelde ik de volgende vraag:

[VRAAG 2] Welke onderdelen van een samenleving of maatschappij heb je nodig om die/een preferente werkelijkheid ook daadwerkelijk werkelijkheid te laten worden? Ik doel dan op de instituten als de media, geheime diensten en bijvoorbeeld gekochte wetenschap. Hoe zie jij dat?

En hup! Binnen 20 seconden kreeg ik het volgende antwoord:

Het creëren en in stand houden van een preferente werkelijkheid vereist vaak de medewerking van verschillende maatschappelijke en institutionele componenten. Hier zijn enkele van de belangrijkste onderdelen die nodig zijn om een dergelijke werkelijkheid effectief te realiseren:

1. Media

A. Nieuwsmedia

- Functie: Verspreiden van de gewenste narratieven en informatie.
- Rol: Kranten, televisie, radio en online nieuwsplatforms kunnen de publieke perceptie beïnvloeden door selectief te rapporteren over bepaalde onderwerpen en gebeurtenissen.

B. Sociale Media

- Functie: Vergroten van de reikwijdte en invloed van de gewenste werkelijkheid.
- Rol: Platforms zoals Facebook, Twitter, Instagram en YouTube kunnen virale verspreiding van informatie bevorderen en gemeenschappen creëren die de gewenste werkelijkheid ondersteunen.

2. Onderwijsinstellingen

A. Scholen en Universiteiten

- Functie: Vormgeven van de overtuigingen en kennis van toekomstige generaties.
- Rol: Curricula kunnen worden aangepast om de gewenste narratieven te onderwijzen en te normaliseren. Dit kan ook door middel van onderzoek en publicaties die de gewenste werkelijkheid ondersteunen.

3. Wetenschappelijke Gemeenschap

A. Onderzoeksinstellingen

- Functie: Genereren van 'wetenschappelijk' bewijs ter ondersteuning van de gewenste werkelijkheid.
- Rol: Onderzoeksprojecten kunnen worden gefinancierd en gestuurd om conclusies te bereiken die de gewenste werkelijkheid legitimeren.

B. Publicaties en Tijdschriften

- Functie: Versterken van de geloofwaardigheid van de gewenste werkelijkheid.
- Rol: Peer-reviewed tijdschriften kunnen worden beïnvloed om studies en artikelen te publiceren die de gewenste werkelijkheid ondersteunen.

4. Overheidsinstellingen

A. Wetgeving en Beleid

- Functie: Implementeren van wetten en beleidsmaatregelen die de gewenste werkelijkheid ondersteunen.
- Rol: Overheden kunnen wetten aannemen en beleidsmaatregelen invoeren die de gewenste werkelijkheid institutionaliseren en afdwingen.

B. Geheime Diensten en Veiligheidsdiensten

- Functie: Bewaken en beschermen van de narratieven en machtsstructuren.
- Rol: Deze diensten kunnen informatie verzamelen, verspreiding van ongewenste narratieven tegengaan, en individuen of groepen die de gewenste werkelijkheid bedreigen monitoren en neutraliseren.

5. Corporate Sector

A. Bedrijven en Industrie

- Functie: Financiële en economische ondersteuning van de gewenste werkelijkheid.
- Rol: Bedrijven kunnen via lobbyen, sponsoring en partnerschappen bijdragen aan de promotie en implementatie van de gewenste werkelijkheid.

B. Public Relations en Marketing

- Functie: Creëren van een positief imago en acceptatie van de gewenste werkelijkheid.
- Rol: PR-bedrijven en marketingcampagnes kunnen worden ingezet om de gewenste werkelijkheid te promoten en positieve associaties te creëren bij het publiek.

6. Non-Gouvernementele Organisaties (NGO's)

- Functie: Ondersteunen van de gewenste werkelijkheid door maatschappelijke initiatieven.
- Rol: NGO's kunnen campagnes en programma's uitvoeren die de narratieven en doelen van de gewenste werkelijkheid bevorderen.

7. Juridische Systeem

- Functie: Handhaven van de wetten en regels die de gewenste werkelijkheid ondersteunen.
- Rol: Rechters en advocaten kunnen de interpretatie en toepassing van de wet sturen in lijn met de gewenste werkelijkheid.

8. Cultuur en Kunst

- Functie: Vormen en beïnvloeden van publieke percepties en overtuigingen.
- Rol: Kunstenaars, schrijvers, filmmakers en andere cultuurmakers kunnen verhalen en symbolen creëren die de gewenste werkelijkheid versterken en populariseren.

[Eigen toevoeging: hier komt het begrip 'priming' goed van pas. Heb ik verder in een ander blog uitgewerkt; zie hier]

Kritische Overwegingen (van chatbotje)

Manipulatie en Propaganda

- Het gebruik van manipulatieve technieken en propaganda om de publieke perceptie te sturen is een ethische zorg en kan leiden tot wantrouwen en weerstand wanneer het publiek zich hiervan bewust wordt.

Transparantie en Verantwoording

- Het ontbreken van transparantie en verantwoording kan de geloofwaardigheid van de gewenste werkelijkheid ondermijnen en leiden tot maatschappelijke spanningen en conflicten.

Pluralisme en Democratie

- Een preferente werkelijkheid die alternatieve perspectieven en meningen onderdrukt, kan de fundamentele principes van pluralisme en democratie schaden.

Door het strategisch inzetten van deze institutionele componenten kan een preferente werkelijkheid effectief worden gecreëerd en in stand gehouden. Het is echter cruciaal om de ethische implicaties en mogelijke maatschappelijke gevolgen van dergelijke inspanningen zorgvuldig te overwegen.

[Einde antwoord chatbotje op vraag 2]

Je kunt er zelf op onderdelen nog verder op in gaan als je wilt. Chatbotje heeft hiermee een (nog beknopt) theoretische kader gecreëerd door middel van twee van mijn vragen over het creëren van een preferente werkelijkheid. Je kunt dit theoretische model nu al als een transparant over de te ervaren werkelijkheid heen leggen.

Waarschijnlijk is dat al gebeurd tijdens het lezen.

Ervaar je al herkenning? Of zie je de gelijkenis 'nog even niet'?

Waar je ook zit met je gedachten, houd dat even vast of parkeer ze even ergens, want we gaan nog wat verder in op de voorwaarden om tot een preferente werkelijkheid te kunnen komen. Dat doe ik met behulp van de volgende vraag aan chatbotje:

[VRAAG 3] Als je nu vanuit dat algemene theoretische kader, zoals je hierboven hebt geschetst, naar de mensen gaat kijken die een dergelijke preferente werkelijkheid tot stand moeten brengen, welk type mens heb je dan nodig om dit efficiënt te effectueren? Wat zijn dan de karakter- of persoonlijkheidstrekken (triads) die je dan wilt zien in iemand?

[Antwoord chatbotje]

Om een preferente werkelijkheid efficiënt te effectueren, heb je mensen nodig met specifieke karakter- en persoonlijkheidstrekken. Deze mensen moeten in staat zijn om de gewenste werkelijkheid te plannen, promoten, verdedigen en implementeren op verschillende niveaus van de samenleving. Hier zijn enkele belangrijke karakter- of persoonlijkheidstrekken (triads) die je zou willen zien:

1. Strategische Denkers

A. Visie en Doelgerichtheid

- Eigenschappen: Langetermijnvisie, doelgericht, anticiperend.
- Rol: Deze individuen kunnen de grote lijnen en langetermijndoelen van de preferente werkelijkheid formuleren en ervoor zorgen dat alle inspanningen in lijn zijn met deze doelen.

B. Analytische Vaardigheden

- Eigenschappen: Kritisch denken, probleemoplossend, data-gedreven.
- Rol: Ze kunnen complexe informatie analyseren, patronen herkennen en strategische plannen ontwikkelen die effectief zijn in het bevorderen van de gewenste werkelijkheid.

C. Innovativiteit

- Eigenschappen: Creatief denken, out-of-the-box denker, aanpassingsvermogen.
- Rol: Ze kunnen nieuwe en effectieve methoden bedenken om de gewenste werkelijkheid te promoten en obstakels te overwinnen.

2. Communicatie Experts

A. Verhalende Kracht

- Eigenschappen: Charismatisch, overtuigend, sterk in storytelling.
- Rol: Deze individuen kunnen de gewenste werkelijkheid overtuigend presenteren en de publieke opinie vormen door middel van effectieve communicatie.

B. 'Media Savvy'

- Eigenschappen: Begrip van media en technologie, sociale media expertise, PR vaardigheden.
- Rol: Ze kunnen de media en sociale platforms benutten om de gewenste narratieven te verspreiden en te versterken.

C. Empathie en Emotionele Intelligentie

- Eigenschappen: Inlevingsvermogen, sociaal bewustzijn, relationele vaardigheden.
- Rol: Ze kunnen sterke relaties opbouwen en onderhouden, zowel intern als extern, om steun voor de gewenste werkelijkheid te genereren.

3. Leiderschapskwaliteiten

A. Besluitvaardigheid

- Eigenschappen: Zelfverzekerd, snel beslissend, resoluut.
- Rol: Deze individuen kunnen snel en effectief beslissingen nemen om de gewenste werkelijkheid te realiseren en te verdedigen tegen uitdagingen.

B. Inspirerend Leiderschap

- Eigenschappen: Motivator, visionair, invloedrijk.
- Rol: Ze kunnen teams en gemeenschappen inspireren om zich in te zetten voor de gewenste werkelijkheid en hen aanmoedigen om actief bij te dragen aan de doelstellingen.

C. Ethiek en Integriteit

- Eigenschappen: Betrouwbaar, moreel kompas, transparant.
- Rol: Ze kunnen vertrouwen en geloofwaardigheid opbouwen door ethisch te handelen en integriteit te tonen, wat essentieel is voor langdurige steun.

4. Operationele Vaardigheden

A. Organisatorisch Talent

- Eigenschappen: Gestructureerd, efficiënt, multi-tasker.
- Rol: Deze individuen kunnen projecten en initiatieven effectief beheren en organiseren om ervoor te zorgen dat alles soepel verloopt.

B. Team Management

- Eigenschappen: Coachend, samenwerkend, conflictbeheer.
- Rol: Ze kunnen teams aansturen, talenten benutten en conflicten oplossen om gezamenlijke doelen te bereiken.

C. Flexibiliteit en Veerkracht

- Eigenschappen: Stressbestendig, aanpassingsvermogen, doorzettingsvermogen.
- Rol: Ze kunnen omgaan met veranderingen en tegenslagen, en blijven gefocust op de realisatie van de gewenste werkelijkheid, ongeacht de omstandigheden.

Samenvatting

De mensen die nodig zijn om een preferente werkelijkheid tot stand te brengen, moeten een combinatie van strategisch denken, communicatieve vaardigheden, leiderschap en operationele bekwaamheid bezitten. Ze moeten in staat zijn om de lange termijnvisie te begrijpen, verhalen te vertellen die het publiek betrekken, leiderschap te tonen dat anderen inspireert, en de dagelijkse operaties te beheren die nodig zijn om de gewenste werkelijkheid te implementeren en te handhaven.

Deze kenmerken kunnen worden samengevat in drie belangrijke triads:

1. Strategisch, Innovatief, Analytisch
2. Overtuigend, Empathisch, Media Savvy
3. Besluitvaardig, Inspirerend, Organisatorisch

Door deze verschillende vaardigheden en eigenschappen te combineren, kan een **team** effectief werken aan het creëren en handhaven van een preferente werkelijkheid in verschillende sectoren van de samenleving.

[Einde antwoord chatbotje]

Opvallend is de positieve benadering in dit antwoord. Twee zaken die mij hier triggeren en aan elkaar gelieerd zijn, zijn:

1. Bij 3 (Leiderschapskwaliteiten) staat onder 'C': Ethiek en Integriteit
2. In de samenvatting wordt daar niet meer op teruggekomen.

In de samenvatting van het antwoord op mijn tweede vraag geeft chatbotje heel duidelijk het volgende aan:

“Het is echter cruciaal om de ethische implicaties en mogelijke maatschappelijke gevolgen van dergelijke inspanningen zorgvuldig te overwegen.”

Daarnaast heeft chatbotje goed in de gaten dat het schier onmogelijk is om al deze zaken in één mens te verenigen, vandaar dat ie goed ziet dat er een **team** van mensen nodig is om een preferente werkelijkheid te creëren en te handhaven.

Dit inzicht bracht mij tot het stellen van de volgende vervolgvraag:

[VRAAG 4] *Je geeft als antwoord onder meer: C. Ethiek en Integriteit met de uitwerkingen op eigenschappen en de rol er van. Stel nu dat juist dat niet gewenst is, welke persoonlijkheidskenmerken krijg je dan?*

Hier het antwoord van chatbotje als je alleen die twee elementen (ethiek en integriteit) weg zou laten:

Als ethiek en integriteit niet gewenst zijn in de mensen die je nodig hebt om een preferente werkelijkheid tot stand te brengen, dan krijg je persoonlijkheidskenmerken die gericht zijn op manipulatie, opportunisme, en zelfgericht gedrag. Hier zijn enkele van die kenmerken:

1. Manipulatief Gedrag

A. Bedrieglijkheid

- Eigenschappen: Oneerlijk, misleidend, manipulatief.
- Rol: Deze individuen gebruiken leugens en misleiding om hun doelen te bereiken en anderen te manipuleren om hun visie te ondersteunen.

B. Strategische Opportuniteit

- Eigenschappen: Sluw, opportunistisch, berekenend.
- Rol: Ze benutten elke situatie in hun voordeel, zonder rekening te houden met morele of ethische overwegingen.

C. Charme en Vleierij

- Eigenschappen: Charismatisch, flatterend, overtuigend.
- Rol: Ze gebruiken hun charme om anderen voor zich te winnen en te beïnvloeden, vaak door vleierende en manipulatieve tactieken.

2. Zelfgericht Gedrag

A. Egoïsme

- Eigenschappen: Zelfzuchtig, egocentrisch, zelfgericht.

- Rol: Deze individuen zijn primair gericht op hun eigen voordelen en welzijn, zonder zich te bekommeren om de impact op anderen.

B. Machtswellust

- Eigenschappen: Machtshongerig, autoritair, controlerend.

- Rol: Ze streven actief naar controle en dominantie over anderen om hun persoonlijke macht en invloed te vergroten.

C. Competitief en Ambitieuus

- Eigenschappen: Ambitieuus, competitief, prestatiegericht.

- Rol: Ze zijn gedreven door persoonlijke prestaties en succes, en zullen zonder aarzelen anderen ondermijnen om hun doelen te bereiken.

3. Lage Empathie

A. Onverschilligheid

- Eigenschappen: Ongevoelig, kil, onverschillig.

- Rol: Deze individuen tonen weinig tot geen medeleven of begrip voor de gevoelens en behoeften van anderen.

B. Gebrek aan Schuldgevoel

- Eigenschappen: Gewetenloos, schaamteloos, ongevoelig.

- Rol: Ze voelen geen schuld of wroeging over hun daden, zelfs niet als deze anderen schade berokkenen.

C. Machiavellisme

- Eigenschappen: Manipulatief, cynisch, pragmatisch.

- Rol: Ze geloven dat het doel de middelen heiligt en zullen elk middel gebruiken, hoe onethisch ook, om hun doelen te bereiken.

4. Loyaal aan de Preferente Werkelijkheid

A. Blind Volgzaam

- Eigenschappen: Volgzaam, meegaand, gehoorzaam.

- Rol: Ze volgen bevelen zonder vragen te stellen, ongeacht de morele of ethische implicaties.

B. Fanatisme

- Eigenschappen: Fanatiek, radicaal, overtuigd.

- Rol: Ze zijn extreem toegewijd aan de preferente werkelijkheid en zullen deze met passie en zonder aarzeling promoten, vaak door extremistische methoden.

Samenvatting

Als ethiek en integriteit niet gewenst zijn, zullen de persoonlijkheidskenmerken van de mensen die je zoekt (voor het creëren van een preferente werkelijkheid) meer gericht zijn op manipulatie, opportunisme, egoïsme, en een gebrek aan empathie. Ze zullen bereid zijn om onethische middelen te gebruiken om hun doelen te bereiken en zullen weinig tot geen aandacht besteden aan de morele gevolgen van hun acties. Deze individuen zijn vaak machtsgericht, bedrieglijk, en zelfzuchtig, met een sterke focus op hun eigen voordelen en succes.

[Einde antwoord chatbotje]

Hier kun je chatbotje helemaal op doorvragen. Het doel is om tot inzicht te komen en je af te vragen of de realiteit die je ervaart overeenkomt met de antwoorden die chatbotje geeft. Je kunt bijvoorbeeld nog de tegenovergestelde vraag stellen: "Hoe komt een preferente werkelijkheid tot stand, met welke processen van besluitvorming, als je ethiek en integriteit als belangrijkste uitgangspunt neemt?". Probeer dat vooral.

Als het goed is vormt het transparant zich als vanzelf in je gedachten door de ervaringen uit het recente verleden. Wat herken je? Of wat herken je totaal niet? Hoe voel je je erbij? Vertrouw je de uitkomsten? Wil je de verkregen inzichten z.s.m. met anderen delen of laat het je vrijwel koud? (Delen? Ja, graag zelfs ;-))

Ik besloot om nog even door te gaan, want er zijn nog wat interessante overdenkingen die je ook aan chatbotje kunt voorleggen en die direct van invloed zijn op dit onderwerp. Komt ie:

[VRAAG 5] In welke **beroepsgroepen** vind je vooral mensen die zonder ethiek en integriteit willen beïnvloeden? Dus mensen die opzettelijk misleiden om een preferente werkelijkheid te kunnen creëren voor eigen gewin, eigen belang of het groepsbelang? Kun je dat eens nauwkeurig uiteenzetten?

[Start antwoord chatbotje]

Het identificeren van beroepsgroepen waarin mensen vaak worden aangetroffen die zonder ethiek en integriteit willen beïnvloeden, vereist een zorgvuldige en genuanceerde benadering. Terwijl er individuen met ethische tekortkomingen in vrijwel elke beroepsgroep kunnen voorkomen, zijn er bepaalde sectoren die door hun *aard of structuur* aantrekkelijk kunnen zijn voor personen met deze eigenschappen. Hier volgt een nauwkeurige uiteenzetting van enkele beroepsgroepen waar deze individuen mogelijk vaker voorkomen:

1. Politiek en Bestuur

A. Politici

- Kenmerken: Machtshonger, manipulatief, opportunistisch.

- Reden: Politici hebben vaak de mogelijkheid om beslissingen te nemen die grote groepen mensen beïnvloeden. De drang naar macht en invloed kan sommigen ertoe aanzetten onethische middelen te gebruiken om hun doelen te bereiken.

B. Lobbyisten

- Kenmerken: Manipulatief, strategisch, bedrieglijk.

- Reden: Lobbyisten proberen wetgevers te beïnvloeden namens bedrijven of belangenorganisaties. Dit kan soms leiden tot het gebruik van manipulatieve en misleidende tactieken om gunstige wetgeving of beslissingen te verkrijgen.

2. Financiële Sector

A. Bankiers en Beleggers

- Kenmerken: Opportunistisch, egoïstisch, manipulatief.

- Reden: In de financiële sector kan de drang naar winst en bonussen sommigen ertoe aanzetten om risico's te nemen en informatie te manipuleren ten koste van anderen.

B. Verzekeringsagenten

- Kenmerken: Bedrieglijk, strategisch, onethisch.

- Reden: Verzekeringsagenten kunnen soms producten verkopen die niet in het beste belang van de klant zijn, maar die wel hogere commissies opleveren.

3. Recht en Advocatuur

A. Advocaten

- Kenmerken: Sluw, manipulatief, opportunistisch.

- Reden: Advocaten kunnen soms onethische tactieken gebruiken om hun zaken te winnen, zoals het manipuleren van bewijs of het intimideren van getuigen.

B. Rechters

- Kenmerken: Machtshonger, partijdig, onrechtvaardig.

- Reden: Hoewel de meeste rechters ethisch handelen, kunnen enkelen beïnvloed worden door macht, geld, of politieke druk om onrechtvaardige beslissingen te nemen.

4. Media en Journalistiek

A. Journalisten

- Kenmerken: Sensatiezucht, manipulatief, opportunistisch.

- Reden: Sommige journalisten kunnen de waarheid verdraaien of verhalen sensationaliseren om hogere kijk- of leescijfers te behalen.

B. Redacteuren

- Kenmerken: Machtshonger, strategisch, onethisch.

- Reden: Redacteuren kunnen beslissingen nemen die de inhoud en toon van de media bepalen, soms ten koste van de waarheid om politieke of commerciële belangen te dienen.

5. Zakelijke Wereld

A. CEO's en Bedrijfsleiders (lees ook NGO's, zie na deze opsomming een nadere toelichting op NGO's)

- Kenmerken: Machtshonger, strategisch, egoïstisch.

- Reden: Bedrijfsleiders kunnen onethische beslissingen nemen om winst te maximaliseren, zoals het manipuleren van financiële gegevens of het uitbuiten van werknemers.

B. Marketing en Sales

- Kenmerken: Manipulatief, bedrieglijk, opportunistisch.

- Reden: In marketing en sales kunnen onethische technieken worden gebruikt om producten te verkopen, zoals misleidende reclame of valse beloftes.

6. Gezondheidszorg

A. Farmaceutische Vertegenwoordigers

- Kenmerken: Manipulatief, opportunistisch, bedrieglijk.

- Reden: Vertegenwoordigers kunnen artsen beïnvloeden om specifieke medicijnen voor te schrijven, soms ten koste van de gezondheid van de patiënt.

B. Chirurgen

- Kenmerken: Egoïstisch, machtshonger, manipulatief.

- Reden: Sommige chirurgen kunnen onnodige operaties aanbevelen voor persoonlijk gewin.

Samenvatting

Beroepsgroepen zoals politiek, financiële sector, recht, media, zakelijke wereld en gezondheidszorg kunnen aantrekkelijk zijn voor personen die zonder ethiek en integriteit willen beïnvloeden. Deze individuen gebruiken vaak manipulatieve, opportunistische en onethische tactieken om hun doelen te bereiken, wat kan leiden tot significant maatschappelijk en individueel leed. Het is belangrijk om te erkennen dat de meerderheid van de professionals in deze velden wel ethisch en integer handelt, maar de structuren en mogelijkheden in deze sectoren kunnen soms misbruik faciliteren.

Uitwerking NGO's

[VRAAG 6] Welke beïnvloedingsmacht hebben NGO's vooral? Hoe passen ze het toe? En in welke mate is er sprake van social engineering van een doelgroep of bevolking?

Het antwoord van chatbotje was uitgebreid, met nogal een inleiding. Na een algemene opsomming van zaken kwam dit specifieke antwoord er nog even bij:

Social Engineering en de Invloed van NGO's op een Bevolking

- 1. Definiëren van Probleem en Oplossingen**
 - NGO's kunnen de publieke perceptie van een probleem vormgeven door te bepalen wat de oorzaak is en welke oplossingen nodig zijn. Ze creëren een narratief dat mensen overtuigt van de ernst en de urgentie van de kwestie.
- 2. Veranderende Gedragingen en Attitudes**
 - Door middel van langdurige campagnes en educatieprogramma's kunnen NGO's gedragsveranderingen bewerkstelligen. Voorbeelden zijn campagnes tegen roken, bevordering van milieuvriendelijk gedrag, en het stimuleren van inclusiviteit en gelijkheid.
- 3. Creëren van Sociale Normen**
 - NGO's kunnen bijdragen aan de vorming van nieuwe sociale normen door bepaalde gedragingen te promoten en andere te ontmoedigen. Dit gebeurt vaak via media, educatie, en beleidsbeïnvloeding.
- 4. Gebruik van Media en Technologie**
 - **Social Media:** Door gebruik te maken van social media kunnen NGO's snel een groot publiek bereiken en mobiliseren. Virale campagnes en hashtags kunnen wereldwijd bewustzijn creëren.
 - **Documentaires en Films:** Door visuele media te gebruiken, kunnen NGO's krachtige verhalen vertellen die emoties aanspreken en attitudes veranderen.
- 5. Training en Capaciteitsopbouw**
 - **Workshops en Trainingen:** Door trainingen te geven aan gemeenschappen en individuen, vergroten NGO's hun capaciteit om verandering te bewerkstelligen en een bredere impact te hebben.

Voorbeelden van Social Engineering

- 1. Klimaatverandering**
 - **Campagnes:** Organisaties zoals Greenpeace en WWF voeren wereldwijd campagnes om bewustwording te creëren over klimaatverandering en dringen aan op beleidsveranderingen.
 - **Lobbying:** Deze NGO's lobbyen bij internationale instellingen zoals de VN om striktere milieuregels en klimaatverdragen te realiseren.
- 2. Gezondheid**
 - **Vaccinatiecampagnes:** NGO's zoals UNICEF en de WHO voeren campagnes om vaccinaties te promoten en proberen gedragsveranderingen te stimuleren die de gezondheid verbeteren.
 - **Voorlichting:** Ze bieden educatie over ziektes, hygiëne en voeding, wat leidt tot betere gezondheidsuitkomsten.
- 3. Mensenrechten**
 - **Advocacy:** Organisaties zoals Amnesty International zetten zich in voor mensenrechten door gevallen van schendingen te documenteren en publieke druk uit te oefenen op overheden om hun praktijken te veranderen.
 - **Juridische Ondersteuning:** Bieden juridische hulp aan slachtoffers van mensenrechtenschendingen en werken aan beleidsveranderingen die mensenrechten beschermen.

Conclusie

NGO's hebben een breed scala aan strategieën en tactieken om hun invloed uit te oefenen en sociale verandering te bevorderen. Hun vermogen om bewustwording te creëren, beleidsmakers te beïnvloeden, en gedrag en attitudes te veranderen, maakt hen krachtige actoren in het vormen van de maatschappelijke werkelijkheid. De mate van social engineering die ze toepassen varieert, maar is vaak gericht op het

bevorderen van specifieke gedragsveranderingen en het creëren van nieuwe sociale normen die passen bij hun doelen.

[Einde antwoord chatbotje]

Makes you wander... met alle gebeurtenissen van vooral de afgelopen vier jaar nog vers in gedachten.

Maar ook: Potver-de-potver! Niet gekozen lieden bepalen dus hoe wij moeten leven, hoe we moeten denken en wat we mogen leren - afgaand op het antwoord van chatbotje. In het verlengde hiervan past het boek van Philip Bakker (20 jaar onderzoek) *'In school we trust'*, hier perfect. Hij concludeert onder meer dat er ongeveer 40.000 NGO's over de hele wereld actief zijn met allerlei beïnvloedingsprojecten. De meest invloedrijke NGO's zijn bijvoorbeeld de VN, de UN de EU, WHO, Unesco etc. Hiervoor dien je wel te weten dat 'to govern' (regeren) alleen maar kan en legitiem is, als dat door een groep mensen, zo als een volk, met instemming tot stand is gekomen.

We gaan toch nog even verder, want er is nog meer nuance aan te brengen en betekenis uit te halen, als je de juiste vragen maar stelt.

[VRAAG 7] Eén van mijn vervolgvragen tijdens dit denk-experiment was: Hoe zou je 'opzettelijke misleiding' vanuit de psychiatrie classificeren? Die vond ik relevant genoeg om met je te delen.

Je wilt immers weten met wat voor mensen je te maken hebt die aan opzettelijke misleiding doen. Een goed begrip van de zaak creëert namelijk een bepaalde mate van zekerheid in het eigen handelen. Van de hoed en de rand weten, heeft zo z'n voordelen.

[Antwoord op vraag 7]

In de psychiatrie kan "opzettelijke misleiding" worden geclassificeerd onder verschillende stoornissen en gedragingen, afhankelijk van de context en ernst van de misleiding. Hier zijn enkele relevante classificaties:

Antisociale Persoonlijkheidsstoornis (ASPD): Personen met deze stoornis vertonen vaak bedrieglijk gedrag, liegen en manipuleren anderen voor persoonlijk gewin of plezier zonder wroeging. Ze vertonen een patroon van minachting voor en schending van de rechten van anderen.

Narcistische Persoonlijkheidsstoornis (NPD): Mensen met deze stoornis kunnen anderen opzettelijk misleiden om bewondering te krijgen of hun eigen superioriteit te bevestigen. Ze hebben vaak een overdreven gevoel van eigenwaarde en een gebrek aan empathie.

Histrionische Persoonlijkheidsstoornis (HPD): Deze stoornis wordt gekenmerkt door aandacht-zoekend gedrag en overdreven emotionaliteit. Personen met HPD kunnen opzettelijk misleidend zijn om aandacht en goedkeuring te krijgen.

Factitious Disorder (voorheen bekend als Münchhausen-syndroom): Personen met deze stoornis vervalsen of veroorzaken opzettelijk ziektesymptomen bij zichzelf of anderen om medische aandacht en zorg te krijgen. Dit is een vorm van opzettelijke misleiding in de medische context.

Pseudologia Fantastica (Pathologisch liegen): Dit is een aandoening waarbij een persoon chronisch en compulsief liegt, vaak op een overtuigende en uitgebreide manier. Deze individuen creëren vaak uitgebreide verhalen die niet waar zijn.

Malingering: Dit is een bewuste handeling waarbij een persoon symptomen van ziekte of invaliditeit nabootst of overdrijft, meestal voor extern gewin zoals financiële compensatie, vrijstelling van werk of strafrechtelijke vervolging.

Delusional Disorder (bijvoorbeeld Grandiose Type): Hoewel wanen zelf niet bewust misleidend zijn, kunnen personen met bepaalde typen wanen, zoals grootheidswanen, anderen misleiden door hun overtuigingen die niet gebaseerd zijn op de werkelijkheid.

Psychopathie (psychopaten): Deze personen misleiden anderen opzettelijk en gebruiken dit als een middel om hun eigen doelen te bereiken. Hun gebrek aan empathie en morele bezwaren maakt het voor hen gemakkelijk om deze misleiding door te voeren zonder wroeging.

Opzettelijke misleiding in de psychiatrie wordt dus vaak geassocieerd met verschillende persoonlijkheidsstoornissen en andere aandoeningen waarbij *liegen, bedriegen of manipuleren een centraal kenmerk is*. De exacte classificatie hangt af van de motivatie, frequentie en context van het misleidende gedrag.

[Einde antwoord chatbotje]

Een eigen toevoeging: Verslaafden staan ook bekend om de genoemde drie kenmerken: liegen, bedriegen en manipuleren. Die drang hebben ze ontwikkeld om hun verslaving te kunnen handhaven. Ze doen er alles aan om hun doel te bereiken, no matter what.

Het is maar even dat u het weet.

Dat bracht mij bij weer een vraag (tevens laatste), die tot verder bewustzijn kan leiden, namelijk:

[VRAAG 8] Waarom volgen heel veel 'goede' mensen toch de mensen die liegen, bedriegen of manipuleren? Hoe zit dat? Wat zijn de kenmerken en sociale/psychologische aspecten aan die mensen, die maken dat ze zo volgzaam zijn aan iets waarvan ze veelal wel weten (aanvoelen) dat er iets niet klopt/er iets niet deugt, maar geen vragen durven stellen?

[Antwoord chatbotje]

Dit verschijnsel, waarbij "goede" mensen de leiding van degenen die liegen, bedriegen of manipuleren accepteren, is een complex sociaal en psychologisch fenomeen. Er zijn verschillende kenmerken en sociale aspecten die bijdragen aan dit gedrag. Hier zijn enkele belangrijke factoren:

1. Autoriteit en Gehoorzaamheid

Stanley Milgram Experiment

- Experiment: Stanley Milgram voerde in de jaren 1960 een beroemd experiment uit dat liet zien hoe ver mensen bereid zijn te gaan in het gehoorzamen van autoriteitsfiguren, zelfs als dit tegen hun moraal ingaat.

- Conclusie: Veel mensen gehoorzamen autoriteit, zelfs als dit betekent dat ze schadelijke of immorele handelingen moeten verrichten.

2. Groepsdruk en Conformiteit

Asch Conformiteitsexperiment

- Experiment: Solomon Asch voerde in de jaren 1950 een experiment uit waarin deelnemers de neiging hadden om de verkeerde antwoorden van een groep te volgen, zelfs als ze wisten dat deze onjuist waren.
- Conclusie: Mensen hebben een sterke neiging om te conformeren aan groepsnormen en druk, uit angst voor afwijzing of kritiek.

3. Cognitieve Dissonantie

- Definitie: Cognitieve dissonantie is het ongemak dat mensen voelen wanneer ze tegenstrijdige overtuigingen of gedragingen hebben.
- Mechanisme: Om dit ongemak te verminderen, rationaliseren mensen vaak hun gedrag of overtuigingen om ze in overeenstemming te brengen met hun acties, zelfs als deze acties moreel twijfelachtig zijn.

4. Sociaal Contract en Legitimering

- Legitimering van Autoriteit: Mensen zijn vaak geneigd om de legitimiteit van autoriteitsfiguren te accepteren, vooral als deze figuren worden gezien als representanten van het sociaal contract (bijv. overheden, bedrijven).
- Vertrouwen in Leiderschap: Er is vaak een diep geworteld vertrouwen in leiderschap en het geloof dat deze figuren weten wat het beste is voor de samenleving.

5. Psychologische Veiligheid en Angst

- Veiligheid: Mensen volgen vaak manipulatieve leiders omdat ze geloven dat het hen bescherming of voordelen biedt.
- Angst: Angst voor repercussies, zowel sociaal als persoonlijk, kan mensen weerhouden om zich uit te spreken tegen onrechtvaardigheden.

6. Sociale Identiteit en In-Group Bias

- In-Group Bias: Mensen hebben de neiging om voorkeur te geven aan de groep waartoe ze behoren en de waarden en overtuigingen van die groep over te nemen.
- Sociale Identiteit: Deelnemen aan een groep geeft mensen een gevoel van identiteit en verbondenheid, wat hen motiveert om groepsnormen te volgen, zelfs als deze onethisch zijn.

7. Charismatisch Leiderschap

- Charisma: Manipulatieve leiders hebben vaak charismatische eigenschappen die hen aantrekkelijk maken voor volgers.
- Invloed: Charismatische leiders kunnen effectief inspelen op de emoties, angsten en verlangens van mensen, waardoor ze loyaliteit en gehoorzaamheid opwekken.

8. Economische en Sociale Factoren

- Afhankelijkheid: Economische afhankelijkheid van een organisatie of systeem kan mensen ervan weerhouden om zich uit te spreken tegen misstanden.

- Sociaal Kapitaal: Sociale netwerken en de daaruit voortvloeiende steun kunnen mensen ervan weerhouden om afwijkend gedrag te vertonen uit angst om hun sociaal kapitaal te verliezen.

9. 'Moral Dis-engagement'

- Definitie: Het proces waarbij mensen morele normen uitschakelen om onethisch gedrag te rechtvaardigen.

- Mechanisme: Dit kan gebeuren door het dehumaniseren van slachtoffers, het minimaliseren van de gevolgen, of het verleggen van verantwoordelijkheid naar autoriteitsfiguren.

10. Normalisatie van Deviantie

- Normalisatie: Na verloop van tijd kunnen immorele of onethische gedragingen genormaliseerd worden binnen een groep of samenleving.

- Acceptatie: Wat ooit als afwijkend of onacceptabel werd beschouwd, kan worden geaccepteerd en routinematig worden als het vaak genoeg gebeurt zonder ernstige repercussies.

Conclusie

Deze factoren illustreren waarom veel mensen geneigd zijn om manipulatieve of oneerlijke leiders te volgen. Het is een samenspel van psychologische mechanismen, sociale dynamieken, en institutionele structuren die bijdragen aan dit gedrag. Begrip van deze factoren kan helpen bij het ontwikkelen van strategieën om kritisch denken en ethisch handelen te bevorderen binnen samenlevingen.

[Einde antwoord chatbotje]

Afronding denk-experiment en 'de werkelijke oorzaak van de polarisatie in de westerse wereld'

Met bovenstaand vraag-antwoord spel en denk-experiment heb je nu een theoretisch kader voor handen dat je als een transparant over de realiteit kunt leggen.

Je kunt dit transparant bijvoorbeeld over de huidige verhalen over 'de klimaatcrisis' en de energietransitie leggen. Of de coronaperiode. Of de 'woke-beweging'. De onteigening van het land van de boeren? De migratie-problematiek? De ontwikkeling van het digitale geld (CBDC's) of de agenda 2030 en 2050 van het WEF en de VN?

Een voorbeeld

Het (zoveelste) IPCC-rapport over klimaatverandering wordt vaak aangehaald om klimaatbeleid en maatregelen te rechtvaardigen. Echter, de interpretatie van de data en de conclusies die daaruit worden getrokken kunnen sterk variëren, afhankelijk van de agenda van de betrokken partijen. Als maar 5% van de bedachte maatregelen enig effect hebben op het klimaat, waarom wordt er dan budget vrijgemaakt voor het totale maatregelenpakket inclusief de 95% van de maatregelen die totaal niets bijdragen aan de doelstellingen die men heeft op klimaat? En waarom geldt uitgeven als de beïnvloeding van klimaat te verwaarlozen is? Weet u nog: Rob Jetten die in de Tweede Kamer het Nederlandse 'klimaatpakket' presenteerde met een invloed van slechts *0,000036 graden Celsius op de mondiale temperatuur* zou hebben (zie [YouTube](#)). Deze uitspraak onderstreept de te verwaarlozen impact die Nederlandse

maatregelen (in isolatie) hebben op het wereldwijde klimaat. En daar wordt dan 30+ miljard euro aan uitgegeven, terwijl er een schandaal en het gigantisch beschamende probleem opgelost moet worden m.b.t. de 'toeslagenaffaire' en het feit dat de (Jeugd)Zorg disfunctioneert. Waar is dan de realiteitszin gebleven?

Het is aan jou wat je ermee doet uiteraard.

Verschillen realiteit en transparant?

Zie jij nu *wel of geen verschillen* tussen het door chatbotje geschetste theoretische kader en de huidige realiteit? Want als die verschillen er niet of nauwelijks zijn... tja, dan zitten we dus middenin een proces van de creatie van een preferente werkelijkheid. De spanningen die daardoor ontstaan en bewust worden gecreëerd, zorgt dan automatisch voor de polarisatie. Zoals ik dat in het begin van dit blog al stelde.

Zijn die verschillen tussen het theoretische model (het transparant) er volop, dan is er mijn inziens sprake van een deel van het volk dat aan een vorm van bijgeloof of wanen 'lijdt', waar ik er dan één van ben. Zo zei ik aan het begin van dit blog.

Wat mij in elk geval opvalt, is dat de gelijkenis van het geschetste theoretische kader door chatbotje (met de praktische toelichtingen per antwoord), ontzettend veel raakvlakken heeft met de huidige realiteit (de verhalen die door de verschillende maatschappelijke en institutionele componenten (antwoord bij vraag 2) worden gecommuniceerd).

De te ervaren huidige realiteit is de preferente werkelijkheid die door overheidsbeslissingen, diens maatregelen en de aanpassingen in wet- en regelgeving, én de geopolitieke gebeurtenissen, tot stand is gekomen. Al deze zaken zijn in hoofdlijnen allemaal geplande zaken en gebeurtenissen. Als die te creëren of gecreëerde werkelijkheid nu in het belang van het volk was, meer welzijn en welvaart heeft gebracht, maar dat is niet zo. De polarisatie is enorm sterk toegenomen. Inflatie is skyhigh, de huizenmarkt is een ramp, de rechtsspraak functioneert niet/is corrupt, de democratie functioneert ook niet en ga zo maar door. Dit wordt bevestigd door vooraanstaande wetenschappers en rechtsgeleerden. Doe maar eens een kritische zoekpoging per onderwerp. Mooie oefening ☺ ☐!

Je kunt veel plannen en beleid over allerlei maatschappelijke onderwerpen nalezen op de verschillende websites van het WEF, de EU, de VN, de UN, Unesco en in allerlei papers, rapporten en verslagen van allerlei instanties, maar ook door goed te luisteren naar wat de hoofdrolspelers op het wereldtoneel zeggen. Sommigen bewijzen zijn lastig vindbaar of alleen nog in kopie- of fotoformat te verkrijgen, mits je de juiste gangen weet te bewandelen. Er wordt namelijk nogal eens iets verwijderd, omdat het niet de bedoeling was dat het volk dat onder ogen zou krijgen. Over misleiding gesproken.

Zie ook het dagelijks optreden van de mensen in de beschreven 'beroepsgroepen' in Nederland, op 'X' of andere socials en wat zij tijdens het corona debacle op de nationale tv zeiden. Was dat de waarheid? Was dat integer? Was er sprake van een publiekelijk debat, zoals een debat bedoeld is? Was dat wat ze toen zeiden en deden (de mensen in de genoemde beroepsgroepen) met de beste intenties en 'het beste met het volk voor hebben'?

Als je daarop terug kijkt, hoe ervaar jij het verleden in het licht van dit denk-experiment en dus in het licht van het gecreëerde theoretische kader dat door chatbotje tot stand kwam?

In hoeverre is AI nú een bedreiging en vooral voor wíe?

Ik ben benieuwd. Stuur een e-mail als je jouw ervaringen en inzichten wilt delen naar:

contact@veiligenvrij.nl

Het was me weer een genoegen.
: Erik.

* Een **preferente werkelijkheid** is een geconstrueerde versie van de realiteit die door bepaalde machtige entiteiten wordt gepromoot om specifieke doelen te bereiken. Deze praktijk kan de democratische processen en sociale cohesie ondermijnen door het beperken van alternatieve perspectieven en het manipuleren van publieke perceptie en beleidsvorming.

** Een **globalist** is een persoon of een entiteit die de opvatting ondersteunt dat economische, politieke, en sociale problemen het beste op een mondiale schaal kunnen worden aangepakt, in plaats van op nationaal of regionaal niveau. Deze visie, bekend als globalisme, streeft naar een geïntegreerde wereld waar grenzen vervagen en samenwerking tussen landen en volkeren wordt bevorderd om gemeenschappelijke doelen te bereiken.

Veilig en vrij.nl