

## LATE INFORMATIE

Door Guus Pijpers

### Stel uit!

Onze hersenen kennen twee systemen die binnenkomende informatie parallel verwerken: de snelle en de langzame route. Met de snelle route gaat de informatie naar de amygdala, een onderdeel van het brein dat zich bezighoudt met agressie en angst: je ziet een gevaarlijke slang en leert dat je moet vluchten. Het beeld van die slang wordt vervolgens met de context (de emotie die je hebt ervaren, in dit geval angst) opgeslagen. Als je later in een soortgelijke omgeving of situatie iets ziet wat op een slang lijkt – ook al is dat een zwart stuk tuinslang of een donkere stok in het hoge gras – reageer je op dezelfde manier: door hard weg te rennen. Deze route werkt met ervaringen, deelwaarnemingen, veronderstellingen en vooroordelen. Vaak geen slecht besluit. Beter een keer te veel vluchten dan helemaal nooit meer kunnen vluchten.

De verkregen informatie wordt tegelijkertijd via de langzame, intelligente route naar de neocortex gezonden. De neocortex is het deel van de hersenen dat ons in staat stelt tot zelfreflectie en ons het vermogen geeft om intelligent te leren. De neocortex wikt en weegt, vergelijkt de situatie met eerdere ervaringen en concludeert of we terecht waren gevluht.

Wat heb je hieraan in je dagelijkse werk en leven? Eenvoudig: alle informatie die je ontvangt, kun je vaak beter via de langzame route laten verwerken. Die route heet niet voor niets de intelligente route. De neocortex maakt heel slim gebruik van hersencapaciteit en je levenslange ervaring. Dus geen ongecontroleerde, snelle reactie op mailverkeer. Stel een besluit in een vergadering eens een dag uit. Laat je niet verleiden tot uitspraken die je neocortex later met veel moeite moet corrigeren.

### Franse les

Over afvallen zijn al veel boeken geschreven. Minder eten en meer bewegen helpt vaak het beste. Maar wat veel schrijvers onvoldoende benadrukken is rust tussen de happen. De reden is dat de receptoren in de maag die het verzadigingsgevoel doorgeven aan de hersenen, tijd nodig hebben. Gemiddeld twintig minuten nadat we het voedsel hebben doorgeslikt, wordt het signaal pas doorgegeven. Die tijd is langer dan het naar binnen schrokken van een complete fastfoodmaaltijd! Om slimmer informatie te verorberen moet je informatie daarom ook goed kauwen voordat je nieuwe informatie tot je neemt. Langzaam op je laten inwerken, wikken en wegen, nagaan welke informatie je nog meer wilt: allemaal nodig om je brein van goede, voedzame informatie te voorzien. Vaak willen mensen meer van dezelfde informatie. Of extra informatie die alleen maar de beschikbare informatie anders ordent of toont. Echt overbodig, want met de informatie die je al hebt, kom je een heel eind.

*GUUS PIJPERS geeft adviezen over de inzet en het gebruik van informatie (ask@guuspjipers.com).*

dat processen op de juiste schaal en compliant verlopen, terwijl api's integratie mogelijk maken om andere tools uit te breiden of te automatiseren.

De oplossing van Kaseya biedt ook cybersecurity en ondersteunt wet- en regelgeving op het gebied van de bescherming van gevoelige persoons- en andere gegevens, zoals de GDPR. De Identity and Access managementoplossing (IAM) beveiligd toegang tot applicaties en single sign on (SSO), en multifactor-authenticatie maakt veilig werken voor eindgebruikers draaglijk.

## CLOUDDIENSTEN BESCHERMD CONFORM GDPR

*Dertig Europese clouddiensten voldoen inmiddels aan de CISPE Data Protection Code of Conduct, die aansluit op de GDPR. Met de code zijn afnemers ervan verzekerd dat hun cloud-infrastructuur aanbieder de juiste standaard van databescherming gebruikt.*

CISPE is een coalitie van Europese cloudproviders. Doel van de code of conduct is om een correcte toepassing van de nieuwe wetgeving rond databescherming (GDPR) te faciliteren. CISPE-leden delen het doel van de GDPR die in mei 2018 ingaat: versterking van de fundamentele rechten van Europeanen in het digitale tijdperk. Cloudproviders die de code volgen, geven klanten de mogelijkheid om hun data volledig binnen de Europese Economische Gemeenschap op te slaan en te verwerken. Providers moeten ook toezeggen dat zij zich geen toegang tot de data van hun klanten zullen verschaffen en dat zij deze data niet voor hun eigen doeleinden zullen gebruiken, zoals datamining, profilering of direct marketing.

