

Auteur Piet Hein Coebergh

Fotograaf Mariëke Odekerken



**Bent u gelukkig? Volgens de World Happiness Report is die kans vrij groot: Nederland staat al jaren in de wereldwijde top 10 van gelukkigste landen. In 2016 lieten we zes andere koude, sociale en niet al te volle landen voor ons: Denemarken, Zwitserland, IJsland, Noorwegen, Finland en Canada. Op een internationale klaagindex zouden we wellicht hoger scoren - Nederlanders mogen graag somberen. In de woorden van Paul Schnabel, voormalig directeur van het Sociaal Cultureel Planbureau: "Met mij gaat het goed, met ons gaat het slecht." Wat telt nu als feit?**

#### Jammer voor de feiten

Feiten kunnen haaks staan op gevoel. Je kan je ongelukkig voelen terwijl de feitelijke omstandigheden daar geen aanleiding toe geven. Omgekeerd zijn er mensen die vrolijk zijn terwijl ze alle reden tot klagen lijken te hebben. Feiten zijn alleen al om die reden betrekkelijk, je kan er op vele manieren naar kijken. Feiten kunnen welgevallig of onwelgevallig zijn. Zelfs grote denkers kunnen de feiten soms niet aan. Zo werd de grote filosoof Hegel tijdens een lezing over het zonnestelsel erop gewezen dat zijn visie niet strookte met de feiten, waarop hij antwoordde: "Dat is dan jammer voor de feiten."

## Feelings are facts

Naarmate feiten makkelijker vindbaar en meetbaar zijn, dankzij bijvoorbeeld wetenschap, onderwijs en media, lijkt het alsof meer mensen zich in het nauw gedreven voelen door de feiten. Dat mensen in problemen zich vastklampen aan ijdele hoop is van alle tijden. Voorbeeldig lesmateriaal is Muhammad Saeed al-Sahhaf, de Iraakse minister van informatie die tijdens de invasie van Irak in 2003 bleef volhouden dat Irak met gemak de Amerikanen zou verdrijven. Terwijl hij dit zei op TV sloegen achter hem de bommen in op Bagdad.

Toen Sean Spencer, de woordvoerder van de Amerikaanse president, werd gevraagd naar wat volgens de president het werkloosheidspercentage in de VS is zei Spencer: "Dat is maar een getal. De president focust niet op statistiek maar of het goed gaat met het Amerikaanse volk." Eerder had Spencer al glashard ontkend wat iedereen had kunnen zien: dat er veel meer mensen bij de inauguratie van Obama waren dan bij die van Trump. De naaste adviseur van Trump, Kellyanne Conway, vond hiervan dat er geen sprake was van ontkenning maar van "alternatieve feiten" – een term die inmiddels een eigen wikipagina heeft.

#### Feiten zijn uit, emoties zijn in

Het meest verbazend voor liefhebbers van feiten, zoals wetenschappers en journalisten, is dat glasharde ontkenners ermee weggelopen. Kennelijk heeft een groot deel van het publiek maar beperkt behoefte aan feiten. Of meer de behoefte daar emoties aan te koppelen. Al Gore noemde de milieuboodschap waarmee hij de Nobelprijs won niet zomaar "An Inconvenient Truth". Er zijn nog wel ombudsmannen (m/v) en rubrieken van fact checkers maar die raken steeds vaker ook zelf verstrikt in hun waarheden. Zo kreeg de NRC veel kritiek op hun fact check op de analyse van professor Koopmans dat 50 miljoen moslims geweld accepteren. NRC-ombudsman Sjoerd de Jong schreef

hierover: "Te overwegen valt ook de frequentie van de (dagelijkse) rubriek te verminderen of de inzet van mankracht ervoor te vergroten. Het gezag van een rubriek die pretendeert de waarheid vast te stellen komt te voet en vertrekt te paard."

*'De president focust niet op statistiek maar of het goed gaat met het Amerikaanse volk.'*

#### Feiten en communicatie

Hoe kan de communicatieprofessional omgaan met de waardering van feiten en emoties? Volgens Yale-professor Dan Kahan zijn mensen van alle rangen en standen steeds meer geneigd hun eigen feiten te selecteren, juist nu ze zo voor het grijpen liggen. Het ordenen van feiten volstaat steeds minder om een boodschap over te brengen. Succesvolle wetenschappers, journalisten en bestuurders slagen erin om hun kijk op feiten te koppelen aan de emoties van hun doelgroep. Dat klinkt logisch maar is zelden praktijk. Van nature hebben wetenschappers weinig met journalistiek of public relations als middel om hun gedachtengoed te verspreiden. Veel journalisten halen hun neus op voor kijkcijfers of clicks. De meeste bestuurders bevriezen zodra ze een camera of microfoon zien. Laat staan dat al deze professionals in staat zijn om de juiste emoties in te schakelen in hun communicatie. Juist in die vertaalslag kan de communicatieprofessional van grote betekenis zijn.