

# COMMUNICEREN TEGEN DE WOEDE

Het doet er niet meer toe of een politicus een goed verhaal heeft. De boze massa gelóóft het verhaal niet meer. Dat vergt nieuwe politieke communicatie. Adresseer de juiste issues, ga in de aanval en draai er niet om heen.

**T**oen ik in 2002 begon als communicatietrainer kwam het werk meestal neer op zoeken naar de kernboodschap. Klanten kwamen met een complex verhaal en vertrokken met een heldere en compacte boodschap. Als die boodschap in de media moest komen traiden we op: *'never mind the questions, just deliver the message'*. In die tijd werkte dat. Maar na 2010 werd duidelijk dat alleen een goed verhaal niet genoeg was. Want als mensen je niet vertrouwen kun je nog zo mooi praten, ze geloven je niet. Het gaat niet alleen om de boodschap die je brengt maar ook de boodschap die je bent. Sindsdien ging mijn werk steeds meer over geloofwaardigheid. Nog steeds was de opdracht om te zoeken naar de kernboodschap, maar daarbij kwamen persoonlijke beleving, authenticiteit, eerlijkheid. Die inzichten vatte ik samen in een boekje [Zakkenvullers!](#) En in een pamflet over [Radicale eerlijkheid](#).

Anno nu twijfelt een groot deel van het publiek niet meer; voor hen staat vast: politici liegen! Daarin worden ze rijkelijk gevoed door populistische politici en publicisten die niet nalaten om de machthebbers weg te zetten als bedriegers en volksvijanden. Dat komt aan. EU-grondwet, Brexit, Trump, Oekraïneverdrag: een meerderheid keerde zich tegen het bevoegde gezag. En dat komt niet alleen voort uit een weloverwogen keuze voor het eigen belang, maar ook uit woede. Er is een boze massa opgestaan en politici moeten daarmee dealen. Als we de peilingen mogen geloven gaat het bij ons – net als in de VS – om ongeveer de helft van het electoraat.

## Analyses

Er zijn talloze analyses van de boze massa. Het zou gaan om globaliseringsverliezers, om racisme en vreemdelingenhaat, om slachtoffers van bezuinigingen, om stad versus provincie, om ouderen tegen jongeren. Of die verklaringen kloppen is de vraag. Maar in elk geval helpen ze weinig bij het vinden naar een recept voor betere communicatie met de boze massa.

Door Sander Wieringa, Bob de Ronde Partners

Een bruikbaar analytisch concept gaf de Amerikaanse politicologie-professor Katherine Cramer. Zij deed [jarenlang veldonderzoek](#) naar de politieke overtuigingen van gewone mensen in Wisconsin. Bewoners van voorsteden en de provincie, overwegend blank, meestal oudere mensen. Belangrijk-



ste bevinding was dat deze zich om verschillende redenen achtergesteld voelen.

## Macht – Geld – Respect

Ze vinden om te beginnen dat ze niet genoeg macht hebben. Er wordt over hen beslist en daar kunnen ze niks tegen doen. Wat ze ook roepen, er wordt naar hen niet geluisterd, vinden ze. Ze vinden ook dat ze financieel achtergesteld worden. Het geld gaat niet naar hen, naar de gewone mensen, maar naar zakkenvullers, profiteurs, gelukszoekers, grote bedrijven, dure dokters, naar de vele ambtenaren en andere verkwistingen. Hun geld, waarvoor zij hard gewerkt hebben en belasting hebben betaald. En ze vinden dat ze te weinig respect krijgen. Ze worden weggezet als dom, racistisch, oud, nutteloos. Ook hun cultuur en uitingen (*rednecks, guns*) worden geminacht. Het gaat dus volgens Cramer niet simpelweg om economische kansarmoede, om angst voor onvei-

ligheid of om vreemdelingenhaat of racisme. Die factoren spelen een rol, maar de uiting is politieker: het is een nieuwe klassenstrijd. Nu niet tussen arbeid en kapitaal, maar tussen bevoorrechten en achtergestelden, tussen invloedrijken en invloedarmen. Aan de ene kant de elite, stedelingen, profiteurs, zakkenvullers; aan de andere kant de 'gewone mensen': werkenden, kleine zelfstandigen, sappelaars, aow'ers, zorgbehoevenden.

Die gevoelens leidden volgens Cramer tot een **sterke verbittering** over de beleidsmakers en politici. De achterstelling is de schuld van de elite, van de stadse potverteerders en van de academische mooipraters. En die verbittering is een overtuiging geworden, een politieke cultuur. Zij vormt en bepaalt de boze massa.

Het doet er niet toe of de boze massa gelijk heeft. De mensen weten best dat ze er in vijftig jaar op

## Politici die de boze massa willen bereiken moeten uit een ander communicatievatje tappen.

vooruit gegaan zijn. Vaak zijn ze ook tevreden over hun leven. Maar ze zien of vinden dat anderen veel meer van de welvaart profiteren dan zij. En ze zijn bang dat ze kwijt raken wat ze hebben en waarvoor ze zo hard gewerkt hebben.

### De juiste snaren

Populisten raken precies de juiste snaren. Ze beloven de mensen meer macht ("als u mij kiest doe ik wat iedereen wil!"), meer geld ("belastingen omlaag, pensioenen omhoog, meer zorg") en meer respect ("Nederland voor de Nederlanders!"). De populist raken de juiste snaren omdat ze bevestigen dat hun aanhang te weinig macht, geld en respect krijgt.

Maar ook omdat ze een communicatiestijl hebben die de boze massa aanspreekt. Mensen die boos zijn worden niet gedreven door ratio maar door gevoel. Ze denken niet genuanceerd maar rechtlijnig. En ze zoeken niet naar verklaringen maar willen dat het ophoudt. Dus zijn populist altijd offensief: de populist gaat in de aanval, nooit in de verdediging. Dus drukt de populist zich uit in standpunten en heeft hij lak aan feiten. Dus zoekt hij de scherpste in plaats van de nuance: het populisme is zwart-wit; goed is goed en fout is fout. Volgens de boze massa levert dat een 'sterk verhaal' op. "Hij zegt tenminste waar het op staat; hij zegt wat wij denken".

Niet dat de boze massa er veel van verwacht. In de boosheid zit vervat dat de gewone man altijd aan het kortste eind trekt en dat alle politici bedriegers zijn. Ook de populist zullen het niet veel beter doen, weet men. Maar de populist kunnen wel hun stem krijgen, meer uit verzet dan uit hoop. Na de Amerikaanse verkiezingen was de conclusie dat het vooral een stem was tegen het establishment. "Veel beter zullen we er niet van worden, maar we krijgen er wel een beter gevoel van als we de elite eens flink te grazen nemen", zullen ook hier velen denken.

### Bruikbaar denkmodel

Kathy Cramer deed onderzoek in Wisconsin, maar werd daarmee opinion leader in het Amerikaanse debat over de overwinning van Trump. De verhoudingen in Nederland liggen vast net iets anders.

Maar vooralsnog is haar denkmodel volgens mij ook in ons land bruikbaar.

Temeer omdat het handvatten oplevert voor politieke communicatie met de boze massa.

Niet voor elke politicus is dat de doelgroep. Politici die

mikken op onderlegde professionals of behoudende christenen of weloverwogen milieudenkers hebben boze-massacommunicatie niet nodig. Zij hoeven de boze massa niet te overtuigen. Zij kunnen daarentegen juist hun afkeur uitspreken over al die simpele rechtlijnigheid en uitleggen dat het allemaal veel ingewikkelder is dan sommigen willen doen geloven. De goed opgeleide doelgroep zal hen daarin gelijk geven.

Maar wie de boze massa wel wil bereiken moet snappen dat het ingewikkelde verhaal daar niet meer aankomt. Die moet uit een ander vaatje tappen. Niet door de boze massa gelijk te geven, zoals de populist doen. Maar door in de denktrant en in de stijl van de boze massa scherp weerwerk te bieden. Hieronder adviezen over communiceren met de boze massa. Voor politici die de boze massa willen aanspreken.

Sander Wieringa is socioloog en econoom en werd na een loopbaan als financieel journalist in 2002 eigenaar en trainer van Bob de Ronde Partners. Zijn bureau bereidt al dertig jaar politici en bestuurders voor op publieke optredens. [www.bdrp.nl](http://www.bdrp.nl)

# ADVIEZEN VOOR POLITIEKE COMMUNICATIE MET DE BOZE MASSA

## 1 DE INHOUD

**De boosheid van de massa komt uit drie gevoelde achterstellingen: macht, geld en respect. Adresseer dat.**

**Meer macht** Helaas, boze burger, vergeet het. De macht is in ons land zorgvuldig uitgebalanceerd en dat werkt, zij het in wankele evenwicht. Het zorgvuldigeheidsbouwwerk omver gooien is gevaarlijk. In de woede tegen de machtsverdeling zit iets anarchistisch en die geest moet in de fles blijven.

Zeg niet dat iets niet kan omdat het stelsel het niet toestaat. Zoals: "Het Europese Hof voor de Rechten van de Mens verbiedt dat we moskeeën sluiten". De boze massa zegt dan: "Weg met dat Europese Hof!" Zeg liever dat iedereen met zijn poten van de godsdienst af moet blijven.

Macht komt ook uit kennis. De boze massa zet zich af tegen wetenschap, tegen analyses en cijfers: allemaal 'academisch gelul'! Daar tegenover staan populistische die tenminste 'zeggen waar het op

staat'. Maar ook hierover moeten redelijke politici glashard zijn: de problemen zijn nu eenmaal complex en feiten zijn feiten. Wie die ontkent liegt en bedriegt.

**Meer geld** Geld is een verdeelvraagstuk. Elke politicus moet kiezen waar het geld vandaan komt en waar het naar toe moet. Communiceer daar eerlijk over. Eerlijk is dat uitgaven altijd betaald moeten worden, door iemand nu of door iemand later. Vroeg of laat wordt van elke uitgave de rekening gepresenteerd. Dus moet er meer geld naar de zorg? Leg dan uit wie daarvoor moet inleveren. Of wie dat later moet terugbetalen.

**Meer respect** Dit is makkelijk en kost niets. Geen dedain voor de oprechte gevoelens van de boze massa. Toon respect voor de le-

vensstijl, de cultuur, de beleving van iedereen. Houd op met het streven naar 'verheffing' van achtergestelden. Dat lijkt op minachting. Heb niks tegen Zwarte Piet, Frans Bauer, voetbalgekke, vuurwerk, negerzoenen, carnaval, et cetera. Wat je er ook van vindt: het sop is de kool niet waard en als mensen het belangrijk vinden, respecteer dat dan. Veroordeel betweters die het toch blijven afkeuren. Heb ook respect voor de boze massa die zelf wél het vinger-tje heft tegen boerka's en baardimmans. Zeg dat je zelf ook liever wat anders ziet, maar dat je er geen last van hebt en dat er belangrijker dingen zijn. Zoals onze wetten en regels. Die gelden voor iedereen. Wie zich er niet aan houdt wordt aangepakt. Dat geldt trouwens ook voor boze mensen die zich misdragen.

## 2 DE STIJL

**De boze massa overtuig je met scherpheid en betrokkenheid. Niet met uitleg en nuancering.**

**Minder, minder, minder!** *Less is more.* Populisten versmallen hun programma tot één of twee issues. Vreemdelingen, zorg, pensioen. Middenpartijen hebben overall beleid voor. Dus: wat willen jullie nou? Kies je speerpunt.

**Standpunten!** Geen dossierkennis. Wat je ervan weet is voor de boze massa minder belangrijk dan wat je ervan vindt. Kom met eenduidige standpunten. Ook als je het niet eens bent met de boze massa. Dan is dat 'onzin', of 'gezeik'.

**Geen discussies!** Debatten maken issues onoverzichtelijk. Hoe zit het nou? Zoek podia waar je ongehinderd over het voetlicht komt. Social media, eigen filmpjes op internet, commercials.

**Spiegelen!** Klachtenbehandelaars laten boze klanten eerst hun verhaal doen en 'spiegelen'

daarna: "U vindt dus ...". Vertolk wat je hoort van de boze massa. "*I feel your pain*". Om daarna te zeggen of je het wel of niet opgelost. Ook dat laatste kan. Niemand wil voor het lapje worden gehouden.

**Persoonlijk!** Wie kunnen de mensen vertrouwen en wie niet? Zet je goede manieren opzij en speel ook op de man. Kom niet met vage diskwalificaties als 'demagoog', 'cryptofascist' of 'populist'. Watte? Noem je tegenstander een 'leugenaar', 'dief', 'armoedzaaiër' en het is duidelijk.

**Verhalen!** De boze massa vindt feiten en cijfers academisch gelul. Kom met voorbeelden of vergelijkingen. Voorbeelden moet authentiek en direct zijn. Metaforen moeten treffend zijn. "China verkracht onze economie", zei [Trump](#) en dat kwam aan.