



**De geluks-
professor**
waar Nederland
trots op mag zijn

Ruut Veenhoven

In 2006 ontmoette ik Ruut Veenhoven voor het eerst. Hij gaf een lezing over geluk in het Rotterdamse debatcentrum Arminius. Zijn verhaal over de wetenschappelijke bevindingen was ontzettend interessant en hij bracht het met veel grappige voorbeelden. Na afloop durfde ik hem aan zijn jasje te trekken met mijn prangende vraag: waar kan ik materiaal vinden voor 'lessen in geluk' die ik voor het voortgezet onderwijs wil ontwikkelen? Hij verwees mij naar het werk van Martin Seligman, en hij bood aan zijn colleges 'Quality of Life' bij te wonen.

■ Jacqueline Boerefijn

Hiermee zette hij mij op mijn verdere pad richting positieve psychologie. Ook zijn colleges waren razend interessant en gemakkelijk; steeds als de studenten dachten te begrijpen hoe goed en nuttig geluk is in de wereld, en hoe logisch de verbanden, kwam de professor met een voorbeeld van een zielsgelukkige crimineel of diepongelukkige wel-doener. Na het winnen van een onderwijsprijs voor mijn idee, hielp Ad Bergsma, destijds een van Veenhovens promovendi, mij met de ontwikkeling van *Lessen in Geluk*, en ondersteunde Veenhoven het onderzoek naar de effecten van die lessen. Ik schoolde mijzelf bij tot Master toegepaste positieve psychologie, en mocht helpen de positieve psychologie in Nederland op de kaart te zetten.

Jeugd

Ruut Veenhoven werd in 1942 geboren in Den Haag. Zijn ouders hadden beiden een universitair diploma; zijn vader in geschiedenis en zijn moeder in economie. Zijn vader werkte als

geschiedenisleraar en was politiek actief. Zijn moeder was een pionier in de consumentenbeweging en werkte voor de Consumentenbond. Het gezin deelde interesses in sociale kwesties en de roeping om de wereld een beetje beter te maken.

In 1962 haalde hij zijn HBS-A diploma. Na anderhalf jaar dienstplicht begon hij in 1964 aan een studie sociologie aan de Nederlandse Economische Hogeschool in Rotterdam, later onderdeel van de Erasmus Universiteit. In 1967 kreeg hij een positie als student-assistent en ging lesgeven. Omdat Veenhoven geïnteresseerd was in politiek, specialiseerde hij zich in het openbaar bestuur. Hij zag zichzelf in de toekomst burgermeester worden. Gaandeweg raakte hij tijdens zijn studie steeds meer geïnteresseerd in wetenschappelijk werk. Toen hij na zijn afstuderen in 1969 al was aangenomen bij het ministerie van Binnenlandse Zaken, besloot hij toch liever bij de Erasmusuniversiteit te blijven, waar hij via assistent-professor hoofddocent in de sociale psychologie werd, en later in de sociologie.

Idealisme

In de jaren zestig was Veenhoven betrokken bij studentenprotesten over de kwaliteit van het onderwijs en organiseerde de eerste studenten-evaluatie van cursussen aan zijn universiteit. Ook raakte hij actief betrokken bij de seksuele bevrijdingsbeweging van de late jaren zestig en de hervorming van de abortuswet; hij was een van de oprichters van de eerste Nederlandse abortuskliniek in 1971. Van 1972 tot 1978 was hij voorzitter van de Nederlandse vereniging van abortusklinieken STIMEZO en was betrokken bij het politieke debat over abortus, wat uiteindelijk in 1984 uitmondde in de legalisering van abortus.

In 1978 werd Veenhoven ook een pleitbezorger voor acceptatie van vrijwillige kinderloosheid. Verbetering van anticonceptie en de ruimere beschikbaarheid van abortus hadden ervoor gezorgd dat het probleem van ongewenste kinderen (en daarmee samenhangende risico's van verwaarlozing en misbruik) sterk was verminderd. Toch bleef er een sterke sociale druk op jonge stellen om kinderen te krijgen. Kinderloze paren zouden erg verdrietig en ongelukkig worden, zo werd verteld. Er werden nog veel kinderen geboren die niet echt welkom of gewenst waren door hun ouders. Veenhoven vroeg aandacht voor dit onderwerp, en droeg zo bij aan de normalisatie van een huwelijk zonder kinderen.

Wetenschappelijke interesses

Op school en in militaire dienst was Veenhoven niet bijzonder gelukkig geweest, maar eenmaal op de universiteit bloeide hij op. Hij wist wat hij wilde, was doelgericht bezig, en beleefde mooie jaren. Zijn interesse in 'geluk' was in eerste instantie politiek gemotiveerd. In die late jaren zestig klonk er veel kritiek op de samenleving. Die kritiek kwam toen van de linkerkant en richtte zich vooral op de kapitalistische markteconomie. Veel van zijn medestudenten dachten dat het gras groener was in de toenmalige communistische 'tweede wereld' en verheerlijkten landen als Cuba waar een socialis-

tische economie werd opgezet, ondanks tegenwerking van het boze kapitalistische Amerika, dat sowieso al in kwade reuk stond wegens de Vietnamoorlog. Veenhoven verbaasde zich over het gemak waarmee medestudenten ervan uitgingen dat het leven ook werkelijk beter was in de tweede wereld. Naar zijn idee moest je verder kijken dan je ideologische neus lang is en onderzoeken of wat jij ideaal vindt ook echt leefbaar is. Een goede indicator voor de leefbaarheid van een samenleving zag hij in het geluk van de mensen die er deel van uitmaken. Hierbij trad hij in de voetsporen van zijn moeder die bij de Consumentenbond destijds voor het eerst de schadelijkheid van sigaretten vergeleek door analyse van het teergehalte.

In de jaren zestig ontstond, in lijn met de 'flowerpower' van toen, de beweging 'grenzen aan de groei', die opriep tot meer 'welzijn' in plaats van meer 'welvaart'. In Nederland domineerde de linkse visie dat welzijn een publieke zaak was. Er kwam een ministerie van Welzijn, waarmee een sterke groei van de non-profitsector begon. Daarbij rees natuurlijk de vraag wat 'welzijn' dan precies is en Veenhoven merkte dat het daarbij toch eigenlijk ging om goederen, zoals sportvelden en bibliotheken, en diensten zoals zorg en verzekeringen. Niet veel anders dan 'welvaart', al worden deze producten niet op een vrije markt verhandeld maar verplicht gekocht in de winkel van Vader Staat met belastinggeld. Wat toen, en nu nog steeds, 'welzijn' wordt genoemd, zijn vormen van consumptie die 'goed' geacht worden voor de mensen. De vraag of besteding van je belastinggeld aan bibliotheken en sportvelden echt wel zo goed is werd nauwelijks gesteld en Veenhoven pleitte daarom voor onderzoek naar het effect van welzijnsvoorzieningen op het 'welbevinden' van burgers, zoals hun geluk. Deze overwegingen sloten aan op de utilitaristische ethiek die Veenhoven had leren kennen in een college sociale filosofie, namelijk dat burgers en regering zouden moeten streven naar 'groter geluk voor een groter aantal'. In



Geluk is onverwacht wel in beeld gekomen in de economie

de 18e-eeuwse oorsprong gaf dat idee alleen een richting van denken aan, maar Veenhoven schatte dat met de 20ste-eeuwse onderzoekstechniek ook kan worden vastgesteld wat wel en niet bijdraagt aan het geluk van burgers. Daar schreef hij in 1970 zijn eerste onderzoekspaper over: Geluk als onderwerp van wetenschappelijk onderzoek. Hij definieert geluk als: "overwegende tevredenheid met het leven als geheel." Hij geeft een overzicht van het dan nog schaarse beschikbare onderzoek naar geluk. Hij sluit zijn paper af met een oproep tot meer wetenschappelijk onderzoek naar geluk. "Want als men metterdaad gevolg wil gaan geven aan de nu alom klinkende roep om een welzijnspolitiek dan zal wetenschappelijk onderzoek naar de determinanten van het geluk onontbeerlijk blijken. Zonder wetenschappelijk getoetste inzichten omtrent de factoren die het geluk van mensen beïnvloeden is ieder welzijnsbeleid gedoemd een uitvoering van ideologische preoccupaties te blijven, of op zijn hoogst een bestrijding van symptomen van ongeluk."

Begrip geluk

In zijn latere werk heeft Veenhoven vastgehouden aan zijn definitie van geluk als de "waardering van het leven als geheel". Om spraakverwarring rond de term 'geluk' uit de wereld te helpen, en onderscheid te maken tussen de verschillende soorten condities van geluk, ontwierp Veenhoven een schema met vier kwaliteiten van leven. Geluk staat daar in het vakje rechts onderaan, de levensvaardigheden die in de positieve psychologie centraal staan in het vakje

rechtsboven. Dit illustreert dat het om verschillende begrippen gaat, ook al worden die soms met hetzelfde woord 'geluk' benoemd. Meestal gaan die zaken samen, maar dat hoeft niet. Je kunt psychisch oké zijn, maar toch ongelukkig en omgekeerd gestoord gelukkig zijn.

Binnen het begrip geluk als levensvoldoening onderscheidt Veenhoven twee 'componenten' van geluk, namelijk *GevoelsGeluk*, hoe prettig men zich over het algemeen voelt en *VerstandsGeluk*, de mate waarin men denkt van het leven te krijgen wat men ervan verlangt, ook wel 'tevredenheid' genoemd. In recent onderzoek toonde hij aan dat de algemene waardering van het leven meer bepaald wordt door de gevoelscomponent dan door de verstandscomponent. Dit verschil sluit aan op zijn theorie dat gevoelsgeluk vooral de bevrediging van universele menselijke behoeften (*needs*) reflecteert, terwijl VerstandsGeluk meer een kwestie is van realiseren van cultureel variabele verlangens (*wants*). Zijns inziens moet de politiek zich meer richten op het eerste dan op het laatste.

Levensdoelen

Veenhovens eerste promotieproject heette *Lifegoals and happiness*. Hij veronderstelde dat als je mensen kunt leren om doelen te stellen, ze dan gelukkiger zouden worden. Er bestonden tal van therapieën, waar je leerde om doelen te stellen met de impliciete bewering dat je daar gelukkiger van wordt. Dus ging hij levensdoelen en geluk meten in een bewerkelijk onderzoek waarbij respondenten onder meer een 'GeluksDagboek' bijhielden. Hij vond geen

verband en beseft te laat dat een positief effect verhuuld kan worden door de neiging om meer over levensdoelen na te denken als je niet zo gelukkig bent en dat hij eigenlijk een longitudinaal onderzoek had moeten doen. Nu, vijftig jaar later, is zulk onderzoek inmiddels door anderen gedaan en de resultaten ervan zijn te vinden in de *World Database of Happiness*, waarover nu meer.

Database en Conditions of Happiness

Sinds zijn eerste paper is Veenhoven door blijven gaan met het verzamelen van wereldwijde onderzoeksresultaten over geluk. Hij ontwikkelde een format om de bevindingen van de onderzoeken in mini-abstracts weer te geven met een standaardformaat en terminologie, om op basis daarvan beter gedocumenteerd

literatuuronderzoek te kunnen doen dan in de gebruikelijke 'verhalende' literatuurstudies en om een basis te bieden voor kwantitatieve meta-analyse, nieuw in die tijd.

In 1984 publiceerde hij het *Databook of Happiness* waarin hij een systematisch overzicht gaf van 3.600 bevindingen gepubliceerd tussen 1911 en 1975. Hij promoveerde met een synthese van deze bevindingen in zijn baanbrekende boek, *Conditions of Happiness*, gepubliceerd in datzelfde jaar.

De toenmalige papieren exemplaren van het *Databook of Happiness* werden geleidelijk omgevormd tot een elektronische database genaamd de *World Database of Happiness* en werd beschikbaar via het internet. De *World Database of Happiness* is een 'bevindingenarchief' (*finding archive*) met studies naar geluk in de zin

Meanings of the word happiness in six European languages

x=the word is used in this meaning in this language

	English "happiness"	Dutch "geluk"	French "bonheur"	German "Glück"	Russian "schastie"	Czech "stesti"
1. Good fortune, good luck, 'prosperity'. "All happiness bechance to thee". The gift of a happy chance.	x	x			x	x
2. A pleasurable experience, 'glad', 'pleased', "Happy to meet you"	x					
3. A strong positive emotion, 'delighted', 'euphoric'. "When entering my country again after all these years I suddenly felt filled with happiness".	x	x	x		x	x
4. A passing pleasurable mood-state, 'cheerful', 'content', 'glad'. "I felt reasonably happy until he entered.	x		x		x	x
5. A rather permanent pleasant state of mind 'well-being', 'contentment'. 'satisfaction! "The happy years of childhood"	x	x	x	x		
6. A perfect, lasting state of intense satisfaction. 'felicity', 'blessedness', 'beatitude', 'bliss'. "I found happiness in the grace of God".	x	x	x	x	x	x
7. Slightly drunk, 'tipsy'. "He came in a bit happy"	x					
8. Aptness, 'appropriateness'. 'A striking happiness of expression". "A happy solution to the problems".	x	x	x	x		
9. Dazed, over enthusiastic. 'Trigger-happy soldiers', "Publicity-happy politicians"	x					
10. A very lucky chance. "What a piece of luck", "by chance".		x		x	x	x

Bron: "Conditions of Happiness" by Ruut Veenhoven

Afbeelding 1. Betekenis van het woord 'geluk' in zes Europese talen, uit 'Conditions of Happiness'

van levensvoldoening. Om te worden opgenomen, moeten de onderzoeken voldoen aan strikte normen voor meting van geluk, waarbij veel onderzoek uit de positieve psychologie helaas uit de boot valt, omdat de daar gebruikte vragenlijsten vaak items bevatten die niet over levensvoldoening gaan. Het doel van dit archief is om resultaten van geluksonderzoek doorlopend in kaart te brengen en daarmee accumulatie van kennis te vergemakkelijken, want je kunt kennis pas stapelen als je vergelijkbare gegevens goed op een rijtje hebt.

De database biedt informatie die kan helpen bij beslissingen in het openbaar beleid (*public choice*), zoals wat we weten over de effecten van socialezekerheidsstelsels op geluk. Maar er is ook informatie te vinden over effecten van privékeuzes op geluk, zoals het effect van wel of geen kinderen in een huwelijk, of de effecten van een hoge opleiding (*private choice*). Het project is zeer bewerkelijk en wordt deels gedragen door vrijwilligers, voornamelijk uit de kring van HOVO studenten. Inmiddels wordt onderzoek op bepaalde topics ook bijgehouden

WORLD DATABASE OF HAPPINESS
ARCHIVE OF RESEARCH FINDINGS ON SUBJECTIVE ENJOYMENT OF LIFE

› This database › Collections › Search › Reports › Related › Research Field › FAQs › About us › Join us

print

What is this World Database of Happiness

The World Database of Happiness (WDoH) is an archive of research findings on subjective enjoyment of one's life-as-a-whole. Next to a bibliography of scientific publications on this subject, the WDoH provides standardized abstracts of research findings. Two kinds of findings are involved: 1) 'distributional findings' on how happy people are in particular times and places and 2) 'correlational findings' on the things that go together with more or less happiness. The WDoH allows an overview of the otherwise nebulous research literature by a) limiting to a clearly defined concept of happiness (life satisfaction), b) presenting the available findings in a standard format and terminology and c) providing fine-grained classifications by means of which users can find their way in the growing mass of happiness facts. The WDoH is available free of charge for everybody, all over the world.

How to search in this source

RESEARCH LITERATURE ON SUBJECTIVE WELL-BEING

Selection on concept

14932 PUBLICATIONS IN BIBLIOGRAPHY

Selection on valid measurement

Extraction of research findings

HOW HAPPY PEOPLE ARE

17560 DISTRIBUTIONAL FINDINGS

WHAT GOES TOGETHER WITH HAPPINESS

2092 CORRELATIONAL FINDINGS

This site was renewed at 1-8-2020. The old site is still maintained and available on <https://worlddatabaseofhappiness-archive.eur.nl>

The World Database of Happiness is based in the **Erasmus Happiness Economics Research Organization EHERO** of **Erasmus University Rotterdam** in the Netherlands. Director: **Ruut Veerhoven**.

EHERO

Erasmus
ERASMUS UNIVERSITEIT ROTTERDAM

Afbeelding 2. Actuele voorpagina van the World Database of Happiness

door externe 'research-associates', merendeels buitenlandse vakgenoten. De database blijft gestaag groeien in omvang. Op dit moment zijn er 39.984 bevindingen uit 15.100 onderzoeken gepubliceerd.

Internationale vergelijkingen

In 1993 schreef Veenhoven *Happiness in Nations*, wat je zou kunnen zien als de eerste verre voorloper van het World Happiness Report, dat in 2012 voor het eerst uitgebracht werd door de Verenigde Naties, en sindsdien elk jaar op 20 maart verschijnt. Internationaal doet Nederland het goed qua geluk. Sinds de eerste vergelijkingen staat Nederland altijd ergens in de top 10, en in de laatste vergelijking op nummer 6, na Finland, Denemarken, Zwitserland, IJsland en Noorwegen, en net boven Zweden.

Geluksprofessor

In 2000 werd Veenhoven hoogleraar in 'Sociale voorwaarden voor menselijk geluk', de eerste 'geluksprofessor' in de wereld. Naast het vergelijken van niveaus van geluk tussen landen of groepen, bestudeert Veenhoven waar verschillen of veranderingen in geluk aan gecorreleerd zijn. Om die determinanten in kaart te brengen maakt hij gebruik van het conceptuele schema waarmee hij geluk onderscheidt van andere kwaliteiten van leven.

De geluksprofessor verklaart de hoge geluksscores van Nederland en de Scandinavische landen

met name door de goede leefbaarheid in die landen. Grote individuele vrijheid, een betrouwbare overheid en veiligheid en onderling vertrouwen zijn belangrijke externe factoren. Interne factoren zijn levensvaardigheden die je kunt leren van je ouders of op school, maar ook door 'op je bek te gaan'. Een nuttig leven leiden helpt ook vaak om gelukkig te zijn, al kun je je eigen geluk ook opofferen voor een goede zaak. Andersom: gelukkige mensen blijken zich graag nuttig te maken.

De Nederlandse jeugd staat bekend als de gelukkigste ter wereld. Hierbij telt dat Nederlandse kinderen over het algemeen zeer gewenst zijn; een betere start kan een kind zich niet wensen. We hebben de laagste aantallen ongewenste kinderen, en daar is Veenhoven via zijn eerdere werk voor abortus mede verantwoordelijk voor. Als geluksprofessor probeert hij mensen te helpen gelukkiger te worden, en daarvoor ontwikkelde hij onder andere de 'GeluksWijzer'.

GeluksWijzer

De GeluksWijzer is een combinatie van een zelfhelp website en een follow-up onderzoek naar het effect van levenskeuzen op geluk. De site geeft geen advies, maar helpt om meer zicht te krijgen in het eigen geluk; *hoe* gelukkig je eigenlijk bent, *of* er meer geluk voor je inzit en *wat* je daarvoor aan je levenswijze zou moeten veranderen.

Deelnemers krijgen iedere maand (of hoe vaak ze willen) een e-mail met een link naar hun per-

	<i>Extern</i>	<i>Intern</i>
Levensvoorwaarden	Leefbaarheid	<i>Levensvaardigheid mentaal vermogen</i>
Levensuitkomsten	<i>Nut van leven</i>	<u>Levensvoldoening</u> <u>Geluk</u>

Afbeelding 3. Determinanten van geluk (Veenhoven 2000)

soonlijke pagina op de website. Daar vult men in hoe gelukkig men zich die dag voelt en hoe gelukkig de afgelopen maand. Dan krijgt men een GeluksVergelijker te zien: hun geluk vergelijken met anderen en met eerdere metingen. Het GeluksDagboek invullen duurt iets langer, maar incidenteel gebruik daarvan werd gevolgd door een toename in geluk van 0,05 op de schaal van 0 tot 10 en regelmatig gebruik een toename van 0.14 punt. Een aanrader om mee te doen: www.gelukswijzer.nl

Uit eerder onderzoek was al gebleken dat we vaak niet zo goed weten hoe gelukkig we zijn. Hoogtepunten en dieptepunten onthouden we makkelijker dan gewone dagen. Opvattingen over wat ons gelukkig maakt blijken ook vaak verkeerd. Zo wordt een hoge opleiding schromelijk overschat. Mensen met een hoge opleiding werken vaak achter een bureau, en dat drukt de pret behoorlijk. De GeluksWijzer is bedoeld om meer geïnformeerde levenskeuzen mogelijk te

De aandacht van de Nederlandse overheid voor geluk is voorsnog beperkt

maken, bijvoorbeeld of je misschien beter een baan dichterbij huis moet gaan zoeken of meer tijd voor je privéleven vrij moet maken.

In 2007 ging Veenhoven met emeritaat, maar hij bleef volop aan het werk. In 2012 werd het EHERO opgericht: de *Erasmus Happiness Economics Research Organization*, een interdisciplinair instituut met het accent op economisch onderzoek. Veenhoven werd lid van het start-up team en is research associate. EHERO is nu het onderdak voor de World Database of Happiness en de GeluksWijzer.



Afbeelding 4. De GeluksWijzer

Interview met Ruut Veenhoven

Nu

Begin 2021 spreek ik Veenhoven via een zoom meeting. Hij is dan inmiddels 78 jaar oud en weet dat zijn dagen geteld zijn. Hij is net begonnen aan een tweede behandelkuur tegen de ziekte van Kahler (multiple myeloom), een ongeneeslijke vorm van bloedkanker. Behandeling biedt een jaar of wat in goede levenskwaliteit en die dagen plukt hij nu. Hij is weer lekker aan het werk. Ik vind het niet gepast om hem te vragen naar zijn cijfer voor geluk nu. In eerdere interviews kreeg hij deze vraag vaak, en dan antwoordde hij dat hij zich niet onderscheidt van de gemiddelde Nederlander, dus rond een 8 scoort. Nu zegt hij dat zijn levensvoldoening er in het uitzicht op de dood niet minder op is geworden. Veenhoven heeft ook vaak gezegd dat zijn persoonlijke levensvoldoening niet zozeer ligt aan zijn onderzoek en kennis over geluk, maar meer aan zijn aard en zijn plezier in het werk. En de laatste jaren ook zijn leeftijd; want de relatie tussen leeftijd en geluk blijkt een U-vormig patroon te volgen, wat betekent dat het gemiddelde geluk meestal toeneemt op de oude dag.

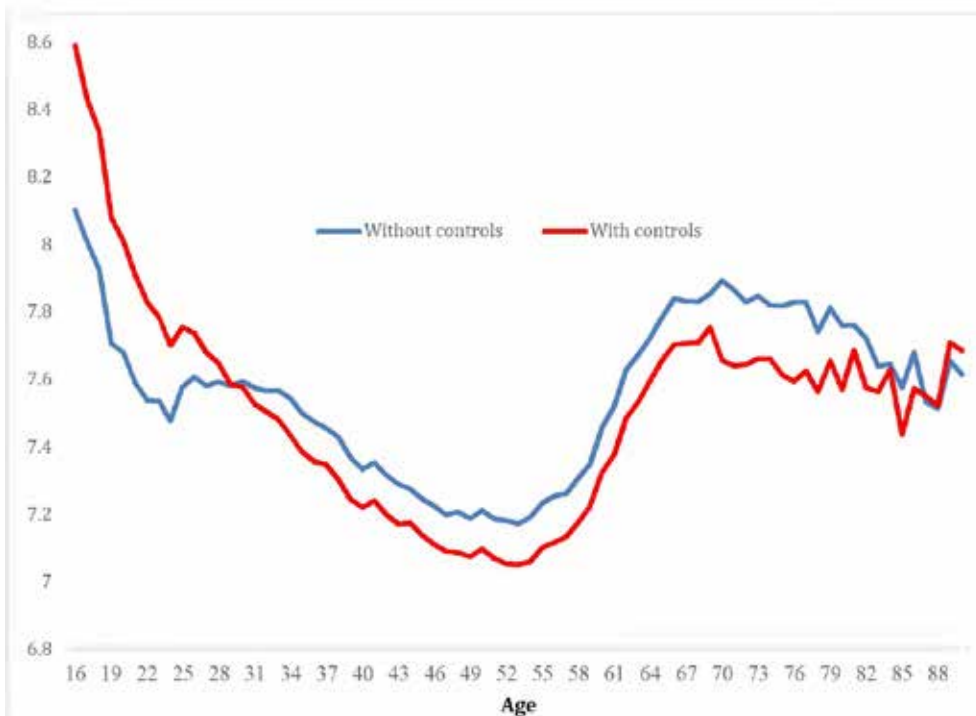
Wat vindt u van de positieve psychologie?

“Goed dat die er is, al loop ik niet weg met alle varianten in deze stroming. Dat ligt vooral aan de invulling die wordt gegeven aan het begrip ‘psychologisch welzijn’, wat ook wel ‘eudaimonisch’ geluk wordt genoemd of gewoon ‘positieve geestelijke gezondheid’. Daar loop ik tegen hetzelfde probleem aan als in de jaren zestig met het begrip ‘sociaal welzijn’, namelijk een a-priori definitie van wat ‘goed’ is voor mensen. Bij sociaal welzijn van toen waren dat typisch levensvoorwaarden zoals inkomens-



zekerheid en scholing en bij psychologisch welzijn van nu eigenschappen zoals gevoel van autonomie en zinvolheid. Dat zijn ook in dit geval weer ideologische voorkeuren, nu niet gebaseerd op een idee over de ideale maatschappij, maar over de ideale mens. Dat dit een cultureel variabele opvatting is, zie je als je kijkt wat er in het deugdenpalet van de huidige positieve psychologie niet voorkomt, zoals bijvoorbeeld prestatie-motivatie en krijgshaftigheid, eigenschappen die nog niet zo lang geleden hoog werden aangeslagen door psychologen

Kingdom; 416,000 observations). Years 2011-2015.



Afbeelding 5. U-curve geluk (bron: Blancheflower & Oswald, 2017)

en pedagogen. Wat dat betreft zijn positief psychologen vaak ook een beetje dominee en niet verschoond van zendingsdrang.

Ook hier moet je op zijn minst openstaan voor de vraag of de mensen daar wel gelukkiger van worden en hoeveel van die goed geachte eigenschappen eigenlijk optimaal is. Ik merk dat er onder positief psychologen niet veel belangstelling is voor antwoorden op die vragen. Voor zover onderzoek wordt gedaan is dat vooral om te bewijzen dat training van een bepaalde deugd, zoals dankbaarheid, die deugd versterkt. Niet of je daar wel gelukkiger van wordt en al helemaal niet of je niet te dankbaar kunt zijn.”

De humanistische psychologie, die Veenhoven ziet als voorloper van de positieve psychologie, ging volgens hem ten onder vanwege te zwakke wetenschappelijke basis en kaping door als psycholoog vermomde gebedsgenezers. Veenhoven: “Wat de humanistische psychologie is overkomen, is ook een risico voor de positieve psychologie. Er zijn in het vak veel kleine ondernemers die een boodschap uitdragen, niet zelden primair gebaseerd op ervaringen in eigen leven en die niet zitten te wachten op effectonderzoek. De somatische gezondheidszorg is ook begonnen met op geloof gebaseerde kwakzalverij, maar heeft zich daar grotendeels aan weten te ontworstelen en wordt mede daarom nu betaald uit de ziektekostenverzekering.

Dat zie ik met de positieve psychologie nog niet gebeuren.” Volgens Veenhoven bewijzen positief psychologen zichzelf een dienst als ze hun interventies systematisch onderzoeken op effecten, waaronder het effect op geluk. Voor- en nameting kan tegenwoordig makkelijk met nameting-apps zoals de GeluksWijzer. Er is inmiddels al wel een stroom van effectonderzoeken op gang gekomen, maar daarin is nog weinig oog voor de vraag welke interventie past bij wie, en in welke situatie. Die kennis is wel nodig, want nu worden door positief psychologen te vaak nog hun standaard interventies van de plank gehaald. Verwijzing is nog niet gebruikelijk in de branche. Als aannemelijk kan worden gemaakt dat positief psychologische interventies wel bijdragen tot groter geluk zullen individuen en verzekeraars er ook meer geld voor over hebben. Wat dat betreft bracht het recente syntheseonderzoek naar het effect van gelukstraining op geluk wel goed nieuws: een gemiddelde gelukswinst van 5%. Een update van die studie door Bergsma, Buijt en Veenhoven staat elders in dit blad. Een gelukswinst van 5% kun je zien als een kleine verbetering in een groot goed, met belangrijke neveneffecten, want dat geluk goed is voor veel zaken, bijvoorbeeld onze gezondheid, staat als een paal boven water. Meer aandacht voor geluk in de preventieve gezondheidszorg zou veel geld en leed kunnen besparen.

Wat is tegengevallen?

Veenhoven hoeft niet lang na te denken: “Het is jammer dat mijn onderwerp in de sociologie nog steeds niet echt is geland. Sociologen leven vooral van sociale problemen en zitten niet te wachten op onderzoek waaruit blijkt dat de meeste mensen gelukkig zijn en het geluk ook nog in de lift zit. Daar staat tegenover dat geluk onverwacht wel in beeld is gekomen in de economie. Ik werk nu alweer bijna tien jaar in de Erasmus Happiness Economics Research Organization, na 45 jaar bij sociologie.

Het is mij ook niet gelukt om geluk op de agenda van het georganiseerd humanisme te krijgen, ook niet in mijn functie als bijzonder hoogleraar Humanisme aan de Universiteit Utrecht (1995-2002). Onder de dienstdoende filosofen was toen meer belangstelling voor moreel verantwoord leven dan leuk leven en trof ik geen ontvankelijkheid voor het gegeven dat geluk moreel handelen blijkt te vergemakkelijken en dat moraliteit dus ook via de band van geluk kan worden bevorderd. Wat niet is kan nog komen, want geluk reflecteert de mate waarin de menselijke aard tot zijn recht komt en zou als zodanig een richtpunt moeten zijn voor de humanistische beweging.

Wat ook tegenviel was de financiering van geluksonderzoek; er is veel vraag naar kennis over geluk maar weinig geld voor geluksonderzoek. Dat komt deels door onwetendheid bij financiers, maar vooral omdat er geen betalende bedrijfstak achter staat, zoals bij de somatische gezondheidszorg. De positieve psychologie zou nog het meest in aanmerking komen als steunende sector, maar die sector is nog klein, te weinig georganiseerd en zoals al gezegd, niet onverdeeld evidence-minded. Van universiteiten zou je meer verwachten, maar voorlopig zie ik nog geen instituten en leerstoelen voor geluk buiten Rotterdam.

De aandacht van de Nederlandse overheid voor geluk is vooralsnog beperkt. Illustratief is dat een EHERO-cursus over sturen op geluk in het openbaar bestuur weinig deelnemers trok. Er wordt wel mondjesmaat onderzoek naar geluk gedaan door het CBS en het SCP. In het Verenigd Koninkrijk wordt meer geïnvesteerd in geluksonderzoek.”

Waar bent u het meest trots op?

Onmiddellijk weet Veenhoven het antwoord: “Op mijn bijdrage aan liberalisering van abortus. Dat het in de jaren zeventig is gelukt om abortusklinieken van de grond te krijgen en uiteindelijk ook de wet te veranderen. Dat heeft

qua geluk echt zoden aan de dijk gezet en heeft ook de bevolkingsgroei beperkt, met langetermijngevolgen voor het milieu.

Ik ben er ook wel trots op bij de voortrekkers te horen die geluk op de kaart hebben weten te zetten, in mijn geval met minimale financiering. Mijn positie als geluksprofessor in Nederland is redelijk uniek. Ik heb een collega in Amerika, Ed Diener, een sociaal psycholoog. Zijn wetenschappelijke koninkrijk is groter dan het mijne. Hij heeft een hele schare aan goede promovendi waarvan er veel hoogleraar zijn geworden. Mijn Nachwuch is kleiner, maar ik ben trots daaronder mensen als Ad Bergsma te rekenen. Mijn troef is die database, en die zou op lange termijn wel meer opleveren aan accumulatie van kennis dan nog meer losse artikelen en proefschriften.

Om te zorgen dat die database in stand blijft, ook na mijn tijd, is er een fonds opgericht: Support fund voor de World Database of Happiness, ondergebracht bij het Rustfonds van de Erasmus Universiteit." ■

Een financiële bijdrage leveren kan via <https://worlddatabaseofhappiness.eur.nl/this-database/how-to-support-this-database/make-a-donation/support-fund-for-the-world-database-of-happiness/>

Ik wil Ruut Veenhoven hier danken en eren als pionier en inspirator geluksonderzoek en positieve psychologie in Nederland en de rest van de wereld. Voor een volledig overzicht van zijn werk verwijs ik naar zijn persoonlijke universiteits-pagina: <https://personal.eur.nl/veenhoven/>

Jacqueline Boerefijn, *redactielid Tijdschrift Positieve Psychologie*



**Van adviseren
naar motiveren**
richting een
gezonde leefstijl

Een grote meerderheid van ons heeft een zittend beroep, dient weerstand te bieden aan ongezonde voedingsmiddelen en wordt door allerlei externe prikkels zoals de smartphone, uitgedaagd om 's avonds tot rust te komen. Bewegingsarmoede in combinatie met hoog calorische voeding en chronische stress heeft een positieve relatie met overgewicht (De Vries & De Weijer, 2020). In 2019 had ongeveer de helft (50,1%) van de Nederlanders van 18 jaar of ouder overgewicht. Naast bewegen, gezonde voedingspatronen zijn zingeving, stressreductie, goede slaap en verbondenheid belangrijke pijlers van een gezonde leefstijl (De Vries, De Weijer & Hoenders, 2020).

■ Trijntje Völlink & Juul Coumans

Door in het gesprek met de cliënt ruimte te laten voor alle pijlers ontstaat een completer beeld van de leefstijl en aangrijpingspunten voor verandering. Zo kan voor een cliënt met vermoeidheidsklachten zowel het eetpatroon, chronische stress, te weinig beweging en/of een verstoorde slaap een rol spelen. Positieve gezondheid heeft bijgedragen aan een concrete invulling en uitvoering van deze holistische visie op leefstijl (<https://www.iph.nl/>). Positieve gezondheid wordt omschreven als het vermogen je aan te passen en je eigen regie te voeren in het licht van de sociale, fysieke en emotionele uitdagingen van het leven (Huber, Vliet & Giezenberg, 2016). Walburg (2021) voegt daaraan toe dat gezondheid het vermogen is om tot ontwikkeling en bloei te komen. Deze toevoeging verheldert de link met positieve psychologie.

Veranderen naar een gezonde leefstijl betekent een transformatie naar een nieuwe en gezondere identiteit. Om de ontwikkeling van

een nieuwe gezonde identiteit een kans te geven ondersteunt de hulpverlener de cliënt. De hulpverlener maakt de cliënt bewust van ingesleten gedragspatronen, leert de cliënt vaardigheden om weerstand te bieden tegen sociale druk, reikt alternatieven aan voor ongezonde gewoontes en maakt samen met de cliënt afspraken over gewenste acties naar een gezonde leefstijl. Een belangrijke mentale en fysieke drijfveer voor de transformatie naar een gezonde leefstijl is het versterken van de intrinsieke motivatie door motiverende gespreksvoering.

Motivatie als innerlijke drijfveer

Motivatie is een bepaalde energie die ons gedrag een bepaalde richting opdrijft. We kunnen om verschillende redenen gemotiveerd zijn. Zo kun je gemotiveerd zijn om bepaalde uitkomsten te vermijden, zoals kritiek en pijn, maar ook om uitkomsten na te streven, zoals een gezonder lichaam of iets doen omdat je daar echt van kunt genieten. In de zelfdeterminatietheorie van Deci en Ryan (2008) wordt gedrag geplaatst op een continuüm van gedrag dat

helemaal niet door jezelf wordt bepaald tot juist wel volledig door jezelf bepaald. Op deze schaal kunnen verschillende type motivaties geplaatst worden. Een overzicht van het zelfdeterminatie continuüm is te vinden in afbeelding 1 (Ryan & Deci, 2000).

Aan de linkerkant staat amotivatie. Dit zijn de taken die je uitstelt en die in je achterhoofd blijven zeuren en energie vreten. Paul Loomans (2019) noemt deze taken knagende ratten. Voorbeelden van knagende ratten zijn taken zoals een lastig gesprek, het invullen van een belastingaangifte of het inplannen van een afspraak met de tandarts. Taken die je voor je uitschuift maar wel een zeurend gevoel kunnen geven omdat ze eigenlijk al lang hadden moeten gebeuren. Uiterst rechts staat intrinsieke motivatie, je doet iets omdat je het graag wilt. Het gedrag doe je met plezier en geeft je energie. In het midden vind je extrinsieke motivatie, waarbij je wordt geprikkeld door externe factoren. Binnen extrinsieke motivatie wordt het onderscheid gemaakt tussen externe, geïntrojecteerde, geïdentificeerde en geïntegreerde regulatie. Bij *externe regulatie* wordt motivatie rechtstreeks beïnvloed door anderen of doe je iets vanwege een beloning. De dokter

zegt bijvoorbeeld dat je driemaal daags een pil moet nemen. Bij *geïntrojecteerde regulatie* lijkt de motivatie uit jezelf te komen, maar wordt deze gestuurd door andermans verwachtingen en hangt samen met negatieve gevoelens, zoals schaamte, jezelf schuldig voelen en een bepaalde verplichting voelen. Je kunt hierbij denken aan het afleggen van een familiebezoek waar je eigenlijk geen zin in hebt, het bijwonen van een werkoverleg dat je geen energie en werkplezier geeft of naar de sportschool gaan omdat anderen dat ook doen. Deze twee vormen worden samen ook wel *gecontroleerde motivatie* genoemd. Het gaat hier dus om iets doen om straf te voorkomen of voor het verkrijgen van een beloning. Het werkt verhelderend om eens na te gaan hoeveel acties je op een dag doet vanuit gecontroleerde motivatie.

Bij *geïdentificeerde regulatie* voer je een bepaald gedrag uit omdat je jezelf geïdentificeerd hebt met het doel. Je doet iets omdat het waardevol voor je is. Een voorbeeld hiervan is: ik sport twee keer in de week voor mijn fysieke en mentale gezondheid. Bij *geïntegreerde regulatie* is het gedrag in overeenstemming met andere persoonlijke doelen en waarden en maakt het onderdeel uit van wie je bent. Schreurs en



Afbeelding 1. Overzicht van Zelfdeterminatie Continuüm (Ryan & Deci, 2000)



Voorbeelden kunnen zijn: het meedoen aan start to run, een challenge om dertig dagen geen alcohol te drinken, elke dag beginnen met een wandeling of op de fiets

Westerhof (2021) maken een onderscheid in waarden op vier levensgebieden: 1) werk en opleiding, 2) vrije tijd, 3) relaties en 4) gezondheid en persoonlijke groei. Binnen deze gebieden kun je jezelf de vraag stellen welke waarden voor jou als persoon belangrijk zijn. Vervolgens is de vraag in hoeverre je de afgelopen weken vanuit die waarden hebt geleefd en keuzes hebt gemaakt.

De uitvoering van de actie bij geïntegreerde regulatie hoeft je niet direct plezier te geven op het moment zelf. Het eten van drie maaltijden op een dag zonder een (gezonde) snack tussendoor kan perfect passen bij een gezonde leefstijl. Goed voor jezelf zorgen geeft je energie, maakt je trots en geeft zelfvertrouwen. Het volhouden vergt echter wilskracht en levert niet altijd direct voldoening op. Pas wanneer het is gelukt om weerstand te bieden, voelt het als een overwinning op je oude eetpatronen. Hoewel bij geïdentificeerde en geïntegreerde regulatie de aanleiding om een gedrag te vertonen extern is, wordt het wel een deel van jou als persoon: jij ziet jezelf als iemand die gezondheid en groei belangrijk vindt en van daaruit keuzes maakt. Geïdentificeerde regulatie, geïntegreerde regulatie en intrinsieke motivatie samen worden *autonome motivatie* genoemd.

Het onderscheid tussen gecontroleerde en autonome motivatie komt erg sterk naar voren bij onderzoek naar gedragsverandering. Verschillende reviews laten zien dat autonome motivatie, met name intrinsieke motivatie, gelinkt is aan het positief veranderen van gedrag, bijvoorbeeld gezonder eten of meer bewegen, ook op de lange termijn (Teixeira et al., 2012; Teixeira et al., 2011). Dit is ook niet heel vreemd. Personen die hun gedrag willen veranderen vanuit autonome motivatie zijn bewust ermee bezig, ze zijn erin geïnteresseerd en hebben er meer moeite en inzet voor over. Bij gecontroleerde motivatie komt deze gewenste gedragsverandering niet vanuit de persoon zelf, maar vanuit de omgeving. Voor gedragsverandering is het belangrijk om autonoom gemotiveerd te worden.

Soms kan het ook zo zijn dat bepaalde autonome regulatietypes zoals hierboven besproken door elkaar lopen. Hardlopen, fietsen of wandelen bijvoorbeeld kan je direct een fijn gevoel geven op het moment dat je ermee bezig bent (intrinsieke motivatie). Sommige hardlopers combineren hun hardloopronde met een intervaltraining. De meeste hardlopers vinden intervaltraining op het moment zelf zwaar en zeker niet altijd plezierig om te doen. Als het doel is om sneller te worden dan past de intervaltraining bij het realiseren van dit doel. De onder-

liggende waarden kunnen zijn 'tijd en energie steken in gezondheid en groei' (geïntegreerde regulatie) en passen bij jouw persoonlijke identificatie met gezond (geïdentificeerde regulatie). Als een cliënt een transformatie doormaakt en zich identificeert met het nieuwe gedrag als deel van zichzelf dan wordt de kans op gedragsbehoud steeds groter. Het is belangrijk om als hulpverlener de cliënt te bevestigen in zijn of haar nieuwe gezonde identiteit en vertrouwen te geven. Het is niet een tijdelijke verandering: dit ben ik nu en deze nieuwe leefstijl past bij de persoon die ik nu ben.

Volgens de zelfdeterminatietheorie kun je dit bereiken door een omgeving te ontwikkelen waar aan drie psychologische basisbehoeften voldaan wordt. Dan kan iemand zich optimaal ontplooiën. Deze basisbehoeften zijn autonomie (het gevoel dat iemand zijn eigen gedrag kan bepalen en zelf keuzes kan maken), competentie (de beleving dat iemand een bepaald gedrag kan uitvoeren en het beste uit zichzelf kan halen en vertrouwen heeft in zijn eigen capaciteit) en verbondenheid (de ervaring dat de persoon zich prettig voelt in zijn sociale omgeving). Hoe meer er wordt voldaan aan de drie psychologische basisbehoeftes, hoe meer intrinsieke motivatie een persoon kan ervaren (Deci & Ryan, 2008). Factoren zoals keuze, erkenning van gevoelens en het zelf vormgeven van acties omdat ze zorgen voor een sterker gevoel van autonomie. Factoren die de intrinsieke motivatie juist ondermijnen zijn beloningen, deadlines, richtlijnen, evaluatiemomenten en opgelegde doelen, omdat ze leiden tot een externe waargenomen locus van controle (Deci & Ryan, 1985).

Bij bepaalde gedragingen, zoals snacken en het stoppen met roken, is het lastig als hulpverlener de intrinsieke motivatie te vergroten. Als je 'ge-niet' van snacken en roken, hoe kun je er dan voor zorgen dat je dit gedrag gaat veranderen vanuit intrinsieke motivatie? Als hulpverlener kun je iemand helpen het te veranderen gedrag geïdentificeerd of geïntegreerd te krijgen door

aan te sluiten bij onderliggende waarden: sluit een gezonde leefstijl aan bij andere persoonlijke waarden zoals graag fit en vitaal ouder willen worden? Als het voor iemand belangrijk is om gezond oud te worden, dan kan het stoppen met roken of het minder snoepen ineens veel belangrijker worden. Hoe creëer je deze omgeving waarin autonome motivatie zich optimaal kan vormen in de praktijk? Een goede manier om een gezonde verandering op gang te brengen is motiverende gespreksvoering.

Motiverende gespreksvoering

Motiverende gespreksvoering (MGV) wordt omschreven als een op samenwerking gerichte gesprekstijl die iemands eigen (autonome) motivatie en bereidheid tot verandering ontlokt en versterkt (Miller & Rollnick, 2018). Motiverende gespreksvoering is ontwikkeld vanuit de verslavingszorg in de jaren 80 door Miller en Rollnick (2018). Hulpverleners uit de verslavingszorg in de Verenigde Staten gaven aan dat ontkenning van het probleem, weerstand tegen verandering en defensief gedrag kenmerken waren van mensen met een verslaving. Miller, inmiddels emeritus hoogleraar psychologie en psychiatrie, kwam tot andere inzichten. Hij concludeerde dat de ervaren weerstand en het defensieve gedrag een verwachting was bij hulpverleners die zichzelf waarmaakte. Destijds was het gebruikelijk voor hulpverleners om verslaafden te confronteren met hun destructieve gedrag en hen te overtuigen van de ernst van de ontkenning van het probleem. Deze sturende en confronterende stijl riep bij cliënten als het ware vanzelf een nog defensievere houding, meer ontkenning en weerstand tot verandering op. Miller nodigde in de jaren 80 de cliënt uit de voordelen te noemen van het niet meer alcoholverslaafd zijn. Miller en Baca (1983) schreven dat ontkenning het gevolg was van een dysfunctionele relatie en beschadigd vertrouwen tussen hulpverlener en cliënt. Dat was het begin van een nieuwe cliëntgerichte benadering die later door Miller en Rollnick (2018) verder is uitgewerkt in *motivational interviewing*.

MGV sluit goed aan bij methodes die zijn ontwikkeld vanuit de positieve psychologie zoals de sterke-kanten-benadering waarbij de focus ligt op successen, persoonlijke kwaliteiten en sterke kanten die in ieder individu aanwezig zijn om een gedragsverandering in gang te zetten (Hiemstra, Bohlmeijer & Van Woerkom, 2021).

MGV begint met een juiste basishouding: de spirit van MGV. Die basishouding bestaat uit vier componenten: 1) samenwerking, 2) compassie, 3) ontlocken en 4) accepteren. *Samenwerking* gaat ervan uit dat je als hulpverlener niet vooruit gaat lopen om de richting van de gewenste gedragsverandering te bepalen. Samen onderzoek je de mogelijkheden en verwoord je de mogelijkheden voor verandering die passen bij de cliënt. *Compassie* in MGV maakt helder dat het belang van de cliënt voorop staat. De hulpverlener verwoordt en versterkt de mogelijkheden van de cliënt en bouwt mee aan meer zelfvertrouwen, nieuwsgierigheid en enthousiasme om het nieuwe gedrag uit te proberen en vol te houden. *Ontlocken* is het herkennen van verandertaal. Verandertaal kun je herkennen door werkwoorden in uitspraken zoals 'willen, kunnen, reden hebben en nodig vinden', ook wel samengevat in WoeKeRen. Door het herkennen van deze verandertaal kan de cliënt worden uitgedaagd om te denken in de richting van mogelijkheden. *Accepteren* is misschien wel het moeilijkste voor een hulpverlener. Want accepteren betekent dat je de keuzes van de cliënt respecteert. Door je enthousiasme en het zien van mogelijkheden kun je al snel de cliënt met zijn bedenkingen uit het oog verliezen. Als hulpverlener moet je vaak op je handen gaan zitten en de tijd nemen om te luisteren: waar zit de pijn, de onzekerheid en wat zijn de werkelijke behoeften? Vertrouwen schenken door het benoemen van positieve eigenschappen en ruimte geven om zelf te beslissen kunnen krachtige middelen zijn om de beweging bij de cliënt in gang te zetten (zie de oefening 'goud zien' om de positieve eigenschappen te bekrachtigen).

Goud zien

Als hulpverlener kun je deze oefening gebruiken als kennismaking van de deelnemers aan een training of om zelf kennis te maken met de cliënt bij een individuele hulpverlening.

Deze oefening kun je doen samen met iemand waarbij je je veilig voelt. Je vertelt (5 minuten) over een succeservaring waar je trots op bent. Voorbeelden kunnen zijn het meedoen aan *start to run*, een challenge om dertig dagen geen alcohol te drinken, elke dag beginnen met een wandeling of op de fiets boodschappen doen. Je vertelt de ander wat je hebt gedaan, hoe je deze ervaring hebt aangepakt en welke moeilijkheden je hebt overwonnen. Jouw gesprekspartner luistert en moedigt je enkel (non-)verbaal aan om door te gaan met vertellen. Jouw gesprekspartner schrijft op een blaadje welke positieve eigenschappen hij/zij hoort. Positieve eigenschappen zijn bijvoorbeeld geduldig, creativiteit, moedig, vriendelijk, zorgzaam, betrouwbaar, eerlijk, overtuigend, gefocust en rustig. Als je klaar bent met het vertellen van jouw ervaring, geeft jouw gesprekspartner het papier met de positieve eigenschappen aan jou. Sommige daarvan zullen je niet verrassen, daarvan ben je je bewust. Andere eigenschappen zullen je wel verrassen en daarvan ben je je minder bewust. Vraag bij deze eigenschappen concrete voorbeelden waarom je gesprekspartner deze eigenschap ziet in jou.

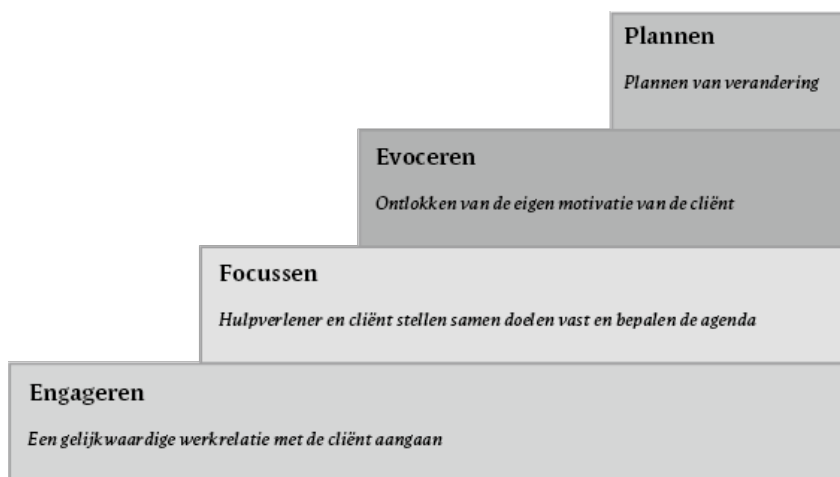
Deze oefening maakt je bewuster van de krachtige eigenschappen die je hebt. Het gaat helpen om na te denken hoe je die eigenschappen kunt gebruiken om de gewenste leefstijlverandering aan te pakken en er een succeservaring van te maken.

Bij MGV worden vier deelprocessen onderscheiden die het gesprek structureren (afbeelding 2).

Een gesprek begint met engageren: een verbinding maken met de cliënt. Door een heldere gespreksopening, het samen opstellen van de agenda, het expliciet vermelden dat alles wat wordt gezegd in vertrouwen gebeurt, enzovoort, wordt de eerste verbinding gemaakt tussen cliënt en hulpverlener. Helderere afspraken zorgen voor veiligheid. Een gespreksopening is echter niet hetzelfde als engageren. Door met aandacht te luisteren, open vragen te stellen en te reflecteren, laat je blijken met aandacht bij de cliënt te zijn. Dit versterkt de verbinding. Door de gespreksopening af te sluiten met een samenvatting geef je vertrouwen aan de cliënt dat hij of zij wordt gehoord. Bij het proces van focussen ga je gericht de agenda vaststellen samen met de cliënt. Hierbij kunnen meerdere gesprekspunten worden vastgesteld. Daarna volgt het proces van het ontlocken van verandertaal waardoor de intrinsieke motivatie wordt versterkt en duidelijker wordt (evoceren). In de laatste fase (de afsluiting van elk gesprek) volgt de planning: concrete afspraken over acties die de cliënt gaat doen en helpend zijn om tot de

gewenste gedragsverandering te komen. Pas als de cliënt voldoende is gemotiveerd en bereid is om in actie te komen, kunnen acties worden gepland. Dit hoeft geen gedragsverandering te zijn, maar kan ook zijn het verzamelen van voordelen van het gewenste gedrag of het zoeken van concrete veranderingen die aansluiten bij de wensen van de cliënt.

Als de hulpverlener te snel gaat dan ontstaat wrijving of weerstand. 'Nee, een sportschool daar voel ik me zo ongemakkelijk, ik heb het gevoel dat iedereen naar me kijkt, daar ga ik niet naartoe.' Blijft de hulpverlener te lang stilstaan bij alle moeilijkheden van het gewenste gedrag dan zorgt dat voor meer behoudtaal: Cliënt: 'Ik verval altijd weer in mijn oude slechte eetpatroon.' Hulpverlener: 'Je hebt er geen vertrouwen in dat het je deze keer gaat lukken?' 'Ik kan het niet, ik heb er geen zin in, het lukt me niet, het ontbreekt me aan motivatie', zijn typische voorbeelden van behoudtaal. Het uitnodigen van de cliënt om in mogelijkheden en kansen te denken is dan de uitdaging voor de hulpverlener. Vragen naar succeservaringen uit het verleden (Wat heb je eerder geprobeerd dat goed ging? Hoe heb je het toen aangepakt?),



Afbeelding 2. Overzicht van deelprocessen binnen motiverende gespreksvoering



Te vaak zit de hulpverlener al in de trein terwijl de cliënt nog op het perron staat...

bevestigen van sterke kanten (ondanks dat je weinig energie had, je somber voelde en je negatieve gedachtes had, ben je gaan wandelen, dat is krachtig) of het geven van woorden aan behoeften (je hebt iemand nodig die je helpt om een drempel over te gaan), helpen daarbij. Vanuit deze basishouding ga je gericht zoeken met de cliënt naar mogelijkheden voor verandering. Je versterkt daarbij de positieve eigenschappen, het zelfvertrouwen en de motivatie om de stap naar verandering te maken. Je stuurt richting de gewenste verandering, zonder de cliënt te pushen of met argumenten te overtuigen van het gewenste gedrag. Argumenten om de ander te overtuigen van het gewenste gedrag roepen tegenargumenten op of een passieve instemming. De verzuchting 'Je hebt gelijk, ik weet het wel en zou ook meer moeten bewegen', zorgt er niet voor dat iemand gemotiveerd en vol energie aan de slag gaat om bewegen onderdeel te maken van zijn of haar dagelijkse routines. Iemand overtuigen van de gezondheidswinst is vaak niet het probleem: de meeste mensen weten wel dat meer bewegen gezond is. Wel kan het zijn dat mensen enthousiast raken als ze de positieve effecten van bewegen horen die nieuw voor hen zijn (een mooi voorbeeld van motiverende informatie in combinatie met inhoudelijke argumenten is de video van Erik Scherder).

Erik Scherder, hoogleraar neuropsychologie aan de Vrije Universiteit van Amsterdam,

vertelt helder en aanstekelijk wat bewegen doet voor je brein, hoe bewegen gevoelens van angst en somberheid vermindert en je creativiteit stimuleert (<https://www.youtube.com/watch?v=ybZN1x3QyIk>).

Voor iemand die al gemotiveerd is om te bewegen, kan dit zorgen voor een extra stimulans om het vol te houden en ook de ervaren positieve effecten beter te kunnen duiden. Voor iemand die ambivalent is over dagelijks meer bewegen, vooral obstakels ziet, weinig energie ervaart en vooral ook geniet van even helemaal niks doen, gaat het zien van deze video waarschijnlijk niet leiden tot een actievere leefstijl. Hoe simpel het ook lijkt, meer bewegen onderdeel maken van je dagelijkse leven vraagt om wilskracht, doorzettingsvermogen en het versterken van de eigen effectiviteit om nieuwe gewoontes te vormen en alternatieven te zoeken voor oude patronen. Het versterken van de intrinsieke motivatie is dan de motor die het verlangen om te veranderen aanwakkert en die ervoor zorgt het gewenste gedrag blijvend vol te houden. Je zoekt als hulpverlener naar de kiem van de (autonome en het liefst de intrinsieke) motivatie voor verandering. Je maakt de cliënt bewust van zijn of haar wensen of verlangens, laat het zelfvertrouwen tot bloei komen, bespreekt samen de mogelijkheden om met verwachte moeilijkheden om te gaan en maakt concrete plannen voor actie.

Om gedragsbehoud te versterken is het belangrijk om vooraf met de cliënt te bespreken wat te doen bij moeilijke momenten (coping), zoals gevoelens van somberheid, ontevredenheid of stress. Ook het juist framen van een terugval in oude gewoontes helpt om het gewenste gedrag weer op te pakken. Een terugval is geen falen of een bewijs dat het niet gaat lukken. Dergelijke ruminerende gedachtes heeft iedereen op moeilijke momenten en gaan weer voorbij. Het gevoel dat je de controle kwijt bent en een gevecht aangaat met iets dat sterker is, kan heel erg krachtig zijn. Juist het eerlijk bespreken en delen van deze momenten kan helpen.

Conclusie

Om oude en ongezonde gedragspatronen te doorbreken is het versterken van de autonome motivatie een belangrijke drijfveer. Het versterken van de autonome motivatie kan bereikt worden door het gebruik van motiveerende gespreksvoering. Naast de juiste spirit, maakt de hulpverlener in het gesprek met de cliënt gebruik van gespreksvaardigheden: Open vragen stellen, Reflecteren, Bevestigen van positieve eigenschappen en van Samenvatten: de ORBS-vaardigheden. Aansluiten bij wensen van de cliënt en het serieus nemen van zijn of haar persoonlijke ervaringen en waargenomen mogelijkheden tot verandering, versterken de intrinsieke motivatie. Veranderen naar een gezonde leefstijl die past bij de cliënt is vol te houden en een waardevolle transformatie naar ontwikkeling en bloei. De hulpverlener heeft met de juiste spirit een gidsende en ondersteunende rol in deze transformatie. ■

Dr. Trijntje Völlink en Juul Coumans (MSc) zijn beide werkzaam aan de Open Universiteit bij de afdeling gezondheidspsychologie. Trijntje Völlink werkt als universitair docent en onderzoeker. Ze geeft als docent o.a. trainingen motiverende gespreksvoering aan psychologiestudenten. Tevens start zij dit jaar haar coaching praktijk Goudzien.nl waarin ze motiverende gespreksvoering toepast om mensen te begeleiden naar meer

vitaliteit in het werk en daarbuiten. Ze volgt daarvoor een aanvullende opleiding als vitaloog bij de Vitacademie in Eindhoven. Juul Coumans (MSc) richt zich in haar promotieonderzoek op het ontwikkelen en evalueren van een online interventie om Nederlandse volwassenen te motiveren om gezond te eten en voldoende te bewegen.

Referenties

- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). Intrinsic motivation and self-determination in human behavior.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health. *Canadian Psychology*. *Psychologie Canadienne*, 49(3), 182-185. <https://doi.org/10.1037/a0012801>
- Hiemstra, D., Bohlmeijer, E., & Van Woerkom, M. (2021). Sterkekantenbenadering: Persoonlijke kwaliteiten als hefboom voor verandering. In E. Bohlmeijer, N. Jacobs, J.A. Walburg & G. Westerhof (red.), *Handboek positieve psychologie: Theorie, onderzoek en interventies* (pp. 106–125). Amsterdam: Boom.
- Huber, M., & Van den Brekel-Dijkstra, K. (2020). Positieve gezondheid. In: M. de Vries & T. de Weijer. *Handboek voor leefstijlgeneskunde: de basis voor iedere praktijk* (pp. 284-291). Houten: Bohn Staf-leu van Loghum
- Huber, M., Van Vliet, M., & Giezenberg, M. (2016). Towards a 'patient-centred' operationalisation of the new dynamic concept of health: a mixed methods study *BMJ Open*. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2015-010091>
- Loomans, P. (2019). *Ik heb de tijd: Een handleiding in tijdsurfen*. Utrecht: AnkhHermes.
- Miller, W. R., & Baca, L. M. (1983). Two-year follow-up of bibliotherapy and therapist-directed controlled drinking training for problem drinkers. *Behavior Therapy*,

14,441-448.

- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78. <https://doi.org/10.1037//0003-066x.55.1.68>
- Schreurs, K., & Westerhof, G. (2021). Waarden en motivatie. In E. Bohlmeijer, N. Jacobs, J.A. Walburg & G. Westerhof (red.), *Handboek positieve psychologie: Theorie, onderzoek en interventies* (pp. 329-346). Amsterdam: Boom.
- Teixeira, P. J., Carraca, E. V., Markland, D., Silva, M. N., & Ryan, R. M. (2012). Exercise, physical activity, and self-determination theory: A systematic review. *The International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 9, 78. <https://doi.org/10.1186/1479-5868-9-78>
- Teixeira, P. J., Patrick, H., & Mata, J. (2011). Why we eat what we eat: The role of autonomous motivation in eating behaviour regulation. *Nutrition Bulletin*, 36(1), 102-107. <https://doi.org/10.1111/j.1467-3010.2010.01876.x>
- Vries, de, M., Weijer, de, T., & Hoenders, R. (2020). Leefstijlgeneeskunde. In: M. de Vries & T. de Weijer. *Handboek voor leefstijlgeneeskunde: De basis voor iedere praktijk* (pp. 3-14). Houten: Bohn Stafleu van Loghum.
- Walburg, J.A. (2021). Positieve gezondheid. In E. Bohlmeijer, N. Jacobs, J.A. Walburg & G. Westerhof (red.), *Handboek positieve psychologie: Theorie, onderzoek en interventies* (pp. 64-82). Amsterdam: Boom.



Communiceren over (positieve) geestelijke gezondheid: een kwestie van nuances

De geluksdriehoek als voorbeeld

Geestelijke gezondheid is een complex en moeilijk te definiëren begrip, waar – zowel in de (wetenschappelijke) literatuur als in de praktijk – nog zeer weinig consensus over is (Manwell, Barbic, Robertson, & al, 2015; Van Agteren & Iasiello, 2019; World Health Organisation, 2004, 2008). De term wordt vaak gedefinieerd vanuit geestelijke ongezondheid (Cattan & Tilford, 2006): je bent geestelijk gezond wanneer er geen symptomen aanwezig zijn die wijzen op ongezondheid.

■ Veerle Soyez, Leen Van Brussel, Anne Verlinden, Daan Gielen & Eline De Decker

Er wordt aansluitend een narratief gecreëerd dat als volgt kan worden samengevat: je moet je eigen negatieve psychologische ervaringen opmerken, deze introspectief onderzoeken en hiervoor vervolgens – liefst professionele – hulp zoeken (Foulkes, 2021). Ruim twintig jaar nadat Seligman & Csikszentmihalyi (2000) in hun veel geciteerde artikel aanhaalden dat “psychology is not just the study of pathology, weakness and damage” (p. 7), lijkt hetzelfde dominante discours met nadruk op psychopathologie nog steeds aanwezig. Mede vanuit deze vaststelling brachten we de recente wetenschappelijke inzichten over (positieve) geestelijke gezondheid samen en ontwikkelden we een nieuw ‘educatief model’ – de geluksdriehoek – dat als basis kan dienen voor communicatie, methodiekontwikkeling en preventief werken aan mentaal welbevinden.

De zoektocht naar een genuanceerd ‘narratief’ *Geestelijke gezondheid: twee continua*

De visie dat geestelijke gezondheid ‘meer’ is dan louter de afwezigheid van symptomen, is niet nieuw. Reeds in de eerste definitie van gezondheid van de WHO wordt benadrukt dat het gaat over “*a state of complete wellbeing and not merely the absence of disease or infirmity*” (WHO, 1946 in World Health Organisation, 2006). En ook het salutogenetische gezondheidsmodel van Antonovsky (1979, 1987, 1996) vertrok vanuit een sterke overtuiging dat ‘ziekte’ enerzijds en ‘gezondheid’ of ‘welbevinden’ anderzijds twee verschillende zaken zijn, en dus niet zomaar twee uitersten van eenzelfde continuüm. Ondanks kritiek, bleef dit model wel een zekere

aantrekkingskracht uitoefenen (Mittelmark & Bull, 2013), in het bijzonder binnen de sector van gezondheidsbevordering en preventie.

Een vergelijkbare zoektocht naar “*nurturing what is best*” (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000), zette de beweging van de positieve psychologie in gang. Ook hier bleef de kritiek niet uit: een veel geformuleerd bezwaar – zeker in de begindagen van de positieve psychologie – was de “*positive-only focus*”, waarbij de té exclusieve aandacht voor positieve emoties en eigenschappen op de korrel genomen werd (zie bijvoorbeeld Held (2002) die spreekt over “*the tyranny of positivity*”). Deze en andere kritieken lagen mee aan de basis van de ontwikkeling van de *second wave* van de positieve psychologie (PP 2.0) (Ivtzan, Lomas, Hefferon, & Worth, 2016; Wong, 2011).

De context waarin de positieve psychologie tot ontwikkeling kwam en de evolutie die de beweging vervolgens doormaakte, is illustratief voor de moeilijke zoektocht naar een *passend narratief* over geestelijke gezondheid. En voor de nood aan nuance in de communicatie hierover. Het verklaart ook waarom er in toenemende mate onderzoek gebeurt naar het belang van de duale-factor-modellen van geestelijke gezondheid (Van Agteren & Iasiello, 2019). Deze modellen beschouwen positieve geestelijke gezondheid enerzijds en psychopathologie anderzijds als afzonderlijke maar gerelateerde constructen (Keyes, 2005; Suldo & Shaffer, 2008). De mate waarin iemand psychologische distress ervaart, of een stoornis heeft, geeft niet noodzakelijk meer inzicht over hoe het gesteld is met diens positieve mentale gezondheid: meerdere studies tonen dat het mentale welbevinden tussen mensen met eenzelfde psychologische klacht of stoornis, sterk kan variëren (Seow et al., 2016; Teismann et al., 2017; Teng, Venning, Winefield, & Crabb, 2015).

Psychopathologie als dominant maatschappelijk narratief

De hierboven geschetste zoektocht naar een passend narratief over geestelijke gezondheid voltrekt zich niet uitsluitend in wetenschappelijk kringen, maar ook in de bredere maatschappij. Geruime tijd werd het gesprek over geestelijke (on)gezondheid bijna uitsluitend gevoerd ‘achter de gesloten deuren’ van het professionele zorgcircuit. Het onderwerp bleef hierdoor omhuld in een taboesfeer. Mede onder impuls van een aantal ontwikkelingen (zoals de de-institutionalisering, de-traditionalisering en toenemende reflexiviteit (Bauman, 1992; Giddens, 1991) kreeg een narratief van geestelijke ongezondheid – het psychopathologisch discours – stilaan een plaats in publieke fora van de maatschappij (bijvoorbeeld in de media). ‘De patiënt’ en ‘de hulpverlener’ zijn de hoofdspelers binnen dit narratief, de ‘psychische stoornis’ het obstakel dat overwonnen wordt (of niet). Het is een narratief dat erg compatibel is met

de voorkeur van de mainstream media om het negatieve boven het positieve, en ziekte boven gezondheid te privilegeren (Croteau & Hoynes, 2014; Seale, 2003). En met de medialogica om ‘helden’ (zoals de patiënt, de hulpverlener) en ‘villains’ (zoals de geestelijke gezondheidszorg als systeem) te construeren.

Het opentrekken van het psychopathologische narratief van het wetenschappelijke naar het bredere maatschappelijke veld – mede dankzij de media – had ontegensprekelijk een aantal positieve en emancipatorische effecten. Zo werd er een basis gelegd voor het bespreekbaar maken van psychische problemen en het de-stigmatiseren van mensen met psychische aandoeningen. En ook een aantal structurele problemen binnen het domein van de geestelijke gezondheidszorg werden aan de kaak gesteld, onder andere met betrekking tot toegankelijkheid en kwaliteit van zorg (zie bijvoorbeeld Mayer & Barry, 1992). Maar de dominantie van het psychopathologische narratief zorgde er ook voor dat de associatie tussen geestelijke (on)gezondheid enerzijds en psychopathologie en geestelijke gezondheidszorg anderzijds deel werd van het mainstream denken rond dit onderwerp. Het narratief functioneert als een dominante ‘culturele code’ waarmee we het onderwerp van geestelijke gezondheid ‘lezen’ (Richardson, 2007). Voor mensen die niet geconfronteerd worden met psychopathologie blijft geestelijke gezondheid bijgevolg een ‘vervan-mijn-bed show’.

De tegenbeweging – antithese voor het dominant narratief

Ondanks de aanwezigheid van een sterk dominante psychopathologisch narratief, is de positieve psychologie-beweging er op relatief korte termijn in geslaagd om ook haar weg te vinden van het wetenschappelijke veld naar de bredere maatschappij. De positieve psychologie was van bij de start begaan met framing activiteiten (Seligman, 1998) en profileerde zich sterk als een ‘tegen-beweging’ - in de letterlijke zin

van het woord (zie Simmons, 2013, voor een grondige uitwerking hiervan). Deze tegenbeweging was tweeledig: op wetenschappelijk vlak (waarbij er – ongewild – een juxtapositie gecreëerd werd tussen een positieve en een negatieve psychologie (Lazarus, 2003), en hierdoor een zeker separatistische boodschap ontstond (Simmons, 2013), én op maatschappelijk vlak, waarbij men zich expliciet wou distantieren van “*New Age Guru’s and feel-good hucksters*” (Seligman, 1998, p. 15). Seligman gebruikt zelf de metafoor van een ‘firewall’: de positieve psychologie als waardenvrij en wetenschappelijk alternatief. De positie van ‘*scientist-warrior*’ wordt ingenomen, veel eerder dan die van ‘*scientist-explorer*’ (Simmons, 2013). Matthews & Zeidner (2003) wijzen daarnaast ook op het feit dat de *zeitgeist* de ideale voedingsbodem vormde voor de ontwikkeling van de positieve psychologie: de ideeën sluiten zeer goed aan bij de heersende norm in de westerse wereld die persoonlijke groei omarmt. Deze groei-focus is makkelijk te vulgariseren – bijvoorbeeld aan de hand van zelfhulpboeken en ‘kant-en-klare’ tips voor een gelukkig(er) leven. Wright (2014) stelt in dit verband onomwonden dat de positieve psychologie-beweging gebouwd is op kapitalistische principes van consumptie en productiviteit. Deze eerder extreme stellingen zijn te linken aan het feit dat de positieve psychologie vaak als ‘trend’ gepercipieerd wordt, onttrokken van (wetenschappelijk onderbouwde) nuance. Parallel aan het dominante psychopathologie-discours, wordt op deze manier een ander narratief gecreëerd waarmee een groot deel van de bevolking zich evenzeer moeilijk identificeert.

Meer nuance via wetenschapscommunicatie

Toch hebben steeds meer mensen aandacht voor hun geestelijke gezondheid en mentaal welbevinden. Zij komen, bijvoorbeeld via (sociale) media en het internet, voortdurend in aanraking met al dan niet correcte informatie en tips – vaak gestuurd vanuit één van bovenstaande narratieven. Wat dus nodig is, is een

Wat nodig is, is een genuanceerd maatschappelijk narratief over geestelijke gezondheid, waarmee verschillende individuen en groepen zich kunnen identificeren

genuanceerd maatschappelijk narratief over geestelijke gezondheid, waarmee verschillende individuen en groepen zich kunnen identificeren. Dit kan katalyserend werken: het narratief wordt dan immers deel van het mainstream denken. Geestelijke gezondheid (in plaats van – enkel – ongezondheid) wordt genormaliseerd en wordt een zaak van iederéén.

Om dergelijk narratief te creëren, is gedegen wetenschapscommunicatie cruciaal: hierbij wordt wetenschappelijke kennis op een evenwichtige, onderbouwde wijze vertaald naar een breed maatschappelijk herkenbaar narratief. Twee zaken zijn fundamenteel om dit te doen slagen: een vocabularium en een (mentaal) model. Een toegankelijk vocabularium geeft uitdrukking aan het brede spectrum van de geestelijke gezondheid (waarbinnen positieve geestelijke gezondheid enerzijds en psychopathologie anderzijds afzonderlijke maar gerelateerde constructen zijn) (zie hoger: duale-factor-modellen). Zowel positieve elementen die de geestelijke gezondheid beschermen, als negatieve ervaringen of gebeurtenissen die de mentale balans verstoren worden benoemd. En er is aandacht voor wat we als individu zelf kunnen doen om (preventief) te werken aan (positieve) geestelijke gezondheid, maar ook voor externe factoren die we niet of amper in de hand hebben maar die de geestelijke

gezondheid wél mee bepalen. Het consequent hanteren van dit vocabularium, zorgt ervoor dat termen en begrippen meer correct gehanteerd worden en herkenbaar zijn.

Aansluitend is er ook nood aan een 'mentaal model', dat het vocabularium visueel mee kan ondersteunen. Zo een model werkt het beste in op het zogenoemde 'systeem 1-denken' van mensen. In tegenstelling tot het trage en beredeneerde systeem 2-denken, verloopt systeem 1-denken snel, automatisch, associatief en grotendeels onbewust (Kahneman, 2011). Via aantrekkelijke vormgeving, herkenbare elementen, en associatieve inhouden kunnen onderbouwde modellen ingang vinden bij de bevolking, en zo doordringen tot het meer bewuste en doordachte systeem 2-denken. Vertrouwde ambassadeurs (zoals bijvoorbeeld populaire experts, bloggers, ...) kunnen een gezicht geven aan deze modellen en deze zo nog sterker ingang doen vinden bij de algemene bevolking – via de poort van het systeem 1-denken. Op deze manier kunnen toegankelijke, wetenschappelijk onderbouwde modellen het cement van een geslaagde wetenschapscommunicatie vormen.

De geluksdriehoek

Onderzoek wijst uit dat bestaande modellen – waaronder het PERMA-model van Seligman (2018) – slechts in beperkte mate als mentaal model ingezet kunnen worden (Soyez, Vanlessen, & Verlinden, 2020; Van Agteren & Iasiello, 2019). Ze slagen er bijvoorbeeld zelden in om de complexe onderlinge verbanden tussen positieve en negatieve factoren van welbevinden op elkaar en op de geestelijke gezondheid in het algemeen weer te geven (Wood & Tarrier, 2010). Ze over-simplificeren de realiteit en belichten in onvoldoende mate de determinanten van mentaal welbevinden (Van Agteren & Iasiello, 2019).

Deze vaststellingen inspireerden ons om zelf een model te ontwikkelen – een helder en begrijp-

pelijk model waarmee we niet alleen inzicht wilden geven in wat mentaal welbevinden is (wat zijn de bouwstenen) maar ook wilden meegeven hoe je er mee aan de slag gaat (wat zijn de determinanten die mentaal welbevinden kunnen versterken en wat kan ik er aan doen?). Deze doelstellingen worden weerspiegeld in twee centrale uitgangspunten die het model moet uitdragen: (1) 'optimaal welbevinden' mag geen dogma zijn: je hoeft niet altijd het perfecte geluk na te streven; en (2) een aantal determinanten van mentaal welbevinden zijn veranderbaar. Je 'gelukkig voelen' is iets wat je voor een stuk zelf kunt beïnvloeden. Het nieuwe model kreeg de naam de 'geluksdriehoek' (zie figuur 1). Aan de ontwikkeling ging een uitgebreide literatuurstudie vooraf (Soyez, Vanlessen, & Verlinden, 2020) en een doorgedreven bevraging van zowel burgers als professionele stakeholders. Elders (Vlaams Instituut Gezond Leven, 2020) beschreven we het ontwikkelproces meer in detail.

De geluksdriehoek bestaat uit drie bouwblokken. Ze zijn alle drie belangrijk en onlosmakelijk met elkaar verbonden: de blokken passen als puzzelstukjes in elkaar. Het bouwblok 'Je goed omringd voelen' verwijst naar het gevoel dat je warme en vertrouwelijke relaties hebt met de mensen om je heen. Je voelt je oprecht betrokken bij die mensen. Je weet dat je op hen kan rekenen wanneer nodig en zij kunnen ook steunen op jou. Het bouwblok komt in belangrijke mate overeen met het sociale welbevinden zoals beschreven door Keyes (1998). Het bouwblok 'Je goed voelen' gaat over je 'emotioneel' goed in je vel voelen; dit bouwblok staat voor het hedonische welbevinden (Ryff, 1989). Dat betekent in de eerste plaats dat je positieve gevoelens kunt ervaren: plezier beleven, interesse en energie hebben om dingen aan te pakken. Ook minder positieve gevoelens hebben een plek in deze bouwblok: ze kunnen én mogen er zijn. Tegelijkertijd gaat het over een veel ruimer gevoel van levenstevredenheid: je ervaart innerlijke rust, je hebt het gevoel dat je wensen en

GELUKSDRIEHOEK










WAT MAAKT JOU GELUKKIG?

Wetenschappelijk onderzoek leert ons steeds meer over geluk. Zo weten we dat de omstandigheden waarin je opgroeit en de omgeving waarin je leeft, jouw geluk mee bepalen. Daar kan je zelf dus weinig aan doen. In deze geluksdriehoek vind je de dingen terug die je wél zelf kan beïnvloeden.

Wie je zelf aan de slag met jouw geluk, of wil je werken aan je veerkracht? Op geluksdriehoek.be vind je praktische tips en oefeningen.

VLAAMS INSTITUUT
**GEZOND
LEVEN**

ZELF AAN DE SLAG? DEZE VRAGEN HELPEN JE OP WEG.

-  Wat vind je belangrijk in je leven?
-  Waar ben je trots op?
-  Wat wil je (nog) bereiken? Wat motiveert je?
-  Bij wie vind je steun?
-  Hoe beteken jij iets voor anderen?
-  Waar ben je dankbaar voor?
-  Wat helpt je om je gedachten los te laten?
-  Ben je soms niet te streng voor jezelf?
-  Waar krijg je energie van?

**PERFECT GELUK BESTAAT NIET.
SOMS BEN JE UIT BALANS EN DAT IS OK.**



© VLAAMS INSTITUUT GEZOND LEVEN 2020

gezondleven.be

Figuur 1. De geluksdriehoek

behoefden grotendeels vervuld worden. Het derde bouwblok uit de geluksdriehoek heet 'Jezelf kunnen zijn'. Hier gaat het erom dat je jezelf kunt aanvaarden (zelfacceptatie) en een positieve houding kunt aannemen over jezelf – ook in relaties met anderen. Je kent jezelf (Wie ben ik? Waar ben ik trots op?). Vanuit die aanvaarding

kan je gemakkelijker een richting kiezen in het leven (Wat wil ik? Wat is mijn doel? Wat maakt mijn leven waardevol?). Je kunt min of meer je eigen weg volgen, zonder dat je je laat leiden door sociale druk (zelfrealisatie). Je hebt controle over je gedachten en gedrag. Dat laat je toe om open te staan voor nieuwe ervaringen.

Tabel 1. Koppeling competenties, reflectievragen en bouwblokken geluksdriehoek

	COMPETENTIE	VRAAGSTELLING MODEL (reflectievragen)	BOUWBLOK MODEL
1.	Betekenisgeving	Wat vind je belangrijk in je leven?	Jezelf kunnen zijn
2.	Emotioneel evenwicht	Wat helpt je om je gedachten los te laten? Waar krijg je energie van?	Je goed voelen
3.	Aandachtig, niet beoordelend aanwezig zijn in het hier en nu	Wat helpt je om je gedachten los te laten?	Je goed voelen
4.	Mild zijn voor jezelf	Ben je soms niet te streng voor jezelf?	Je goed voelen
5.	Positieve mindset	Waar ben je trots op?	Jezelf kunnen zijn
6.	Engagement voor persoonlijke doelen	Wat wil je (nog) bereiken? Waar ben je trots op?	Jezelf kunnen zijn
7.	Emotie- en stressregulatie	Perfect geluk bestaat niet. Soms ben je uit balans en dat is oké.	Oranje bol
8.	Flexibiliteit	Perfect geluk bestaat niet. Soms ben je uit balans en dat is oké. Ben je soms niet te streng voor jezelf?	Oranje bol Je goed voelen
9.	Omgaan met frustratie, falen en fouten maken	Perfect geluk bestaat niet. Soms ben je uit balans en dat is oké. Wat wil je (nog) bereiken? Wat motiveert je?	Oranje bol Jezelf kunnen zijn
10	Gevoel van verbondenheid	Bij wie vind je steun?	Goed omringd zijn
11	Dankbaarheid, medeleven en vergiffenis	Waar ben je dankbaar voor?	Goed omringd zijn
12	Relationele en sociale betrokkenheid	Hoe betekenen jij iets voor anderen?	Goed omringd zijn

Dit bouwblok valt grotendeels samen met wat door Ryff het psychologische of eudaemonische welbevinden wordt genoemd (Ryff, 1989). Een belangrijk vierde element is de oranje bol, die de driehoek uit balans brengt. De bol is een metafoor voor alle stress en tegenslagen die op je weg kunnen komen. Het geeft ruimte aan de “dark side of human existence” (Ivtzan et al., 2016; Wong, 2011). Soms is de bol groter, soms is hij heel klein. De basisboodschap is: weet dat de bol er is en stoor je er niet aan. Tegelijkertijd legt de bol ook de link met het concept ‘veerkracht’: wanneer je erin slaagt om, ondanks de bol, ondanks tegenslagen, toch (opnieuw) balans te creëren, vertoon je veerkracht. In de geluksdriehoek zijn negen symbolen of iconen opgenomen (drie per bouwblok). Elk symbool staat voor een competentie: gedragingen, vaardigheden, cognities en attitudes die ingezet kunnen worden als hefboomen om het mentale welbevinden te versterken. Omdat deze competenties in de literatuur doorgaans op een erg abstracte manier omschreven worden, is er voor gekozen om te werken met ‘reflectievragen’ in een eenvoudige en herkenbare taal en een bijhorend, toegankelijk symbool. Tabel 1 geeft een overzicht van de competenties, de overeenstemmende reflectievragen en het bouwblok waaraan elk van deze vragen gekoppeld werden. Ook aan de oranje bol zijn drie competenties gebonden: om veerkracht op te bouwen is het in het bijzonder van belang te kunnen / leren omgaan met stress en emoties (emotieregulatie), je flexibel te leren aanpassen aan de situatie (cognitieve flexibiliteit) en te leren om fouten te durven maken.

Discussie

In dit artikel belichtten we het belang van wetenschapscommunicatie als basis voor het uitwerken van een genuanceerd narratief rond geestelijke gezondheid. We ontwikkelden zelf een model dat voor wetenschapscommunicatie ingezet kan worden: de geluksdriehoek. Het model heeft in de eerste plaats tot doel mensen bewust te maken over hun mentaal

welbevinden (*mental health literacy*) en hen te motiveren om ermee aan de slag te gaan, maar het vormt ook het uitgangspunt voor een gemeenschappelijk communicatie- en ontwikkelkader voor (gezondheids)professionals, én het is een vertrekpunt voor pleitbezorging naar de beleidsmakers.

De geluksdriehoek heeft meerdere troeven: het biedt niet alleen duidelijkheid over wat mentaal welbevinden is, maar vertelt ook wat de determinanten zijn die het mentale welbevinden kunnen versterken. Op het online platform **www.geluksdriehoek.be** wordt aan burgers de mogelijkheid geboden om hier ook actief mee aan de slag te gaan.

Door het eenvoudig taalgebruik is de geluksdriehoek een universeel en inclusief model voor iedereen vanaf de leeftijd van drie jaar. De bevraging van verschillende groepen burgers tijdens het ontwikkelproces – waaronder ook mensen in maatschappelijk kwetsbare situaties en mensen met diverse culturele achtergronden – leidde tot een aantal belangrijke beslissingen. Zo bleek, onder andere, dat – in tegenstelling tot heel wat professionelen – burgers zich niet storen aan het gebruik van de term ‘geluk’, op voorwaarde dat tegelijkertijd benadrukt wordt dat het streven naar geluk geen doel op zich is. Dit werd in het model meegenomen door het toevoegen van de oranje bol. De oranje bol is dus een belangrijk impliciet, systeem-1 element (Kahneman, 2011), net zoals de puzzelstukken en de gebruikte kleuren. Ook de driehoek op zich is een systeem 1-element: de geluksdriehoek is complementair aan de reeds bestaande, en (in Vlaanderen) goed gekende ‘voedingsdriehoek’ en ‘bewegingsdriehoek’, waardoor het integrale karakter van fysieke, mentale en sociale gezondheid wordt benadrukt.

Hoewel we er naar streefden om zo veel als mogelijk elementen van een genuanceerd narratief over geestelijke gezondheid mee op te nemen in het model, hebben we toch een aantal keuzes moeten maken. Zo is de geluksdriehoek, net

zoals de voedings- en bewegingsdriehoek, een individueel model. Het geeft weer wat mensen zelf tot zekere hoogte kunnen beïnvloeden (met name gedragsverandering en versterken van een aantal competenties). Het bleek niet mogelijk om ook biologisch-genetische invloeden en invloeden vanuit de context in het model zelf mee op te nemen; hiernaar wordt kort verwezen in de inleidende tekst bij het model. Ten tweede bleek het geen sinecure om zowel het continuüm van de psychopathologie als het continuüm van positieve geestelijke gezondheid in één enkel model te vatten. De focus van de geluksdriehoek ligt op positieve mentale gezondheid. De oranje bol fungeert als 'verbindingselement' met het continuüm van de psychopathologie. De geluksdriehoek kan hierdoor ook in de klinische praktijk ingezet worden, bijvoorbeeld als ondersteuning voor therapeutische interventies gericht op het verhogen van mentaal welbevinden (zie bijvoorbeeld Christenhusz & Meulenbeek, 2015). Maar voor mensen met een (zeer) laag welbevinden in combinatie met psychische klachten of problemen, is het uiteraard te verkiezen dat minstens tegelijkertijd (of voorafgaandelijk) aan welbevindentherapie een klachtengerichte behandeling opgestart wordt (zie Franken, De Vos, Westerhof, & Bohlmeijer, 2019). ■

Prof. Dr. Veerle Soyez is orthopedagoog en systeemtherapeut. Zij is als senior stafmedewerker en inhoudelijk coördinator verbonden aan het team Mentaal Welbevinden van het Vlaams Instituut Gezond Leven. In deze functie was zij nauw betrokken bij de ontwikkeling van de geluksdriehoek. Tevens is zij werkzaam als deeltijds docent binnen de vakgroep Psychologie van de Vrije Universiteit Brussel, waar ze onderzoek doet naar de ontwikkeling en transities van jongeren en (jong)volwassenen in complexe gezins- en leefsituaties.

Dr. Leen Van Brussel heeft een doctoraat in de communicatiewetenschappen, met een expertise in discouranalyse. Binnen het Vlaams Instituut Gezond Leven werkt ze als stafmede-

werker gedragsinzichten en gezondheidsongelijkheid. Vanuit deze functie adviseerde ze bij de ontwikkeling van de geluksdriehoek. Gezondheidscommunicatie in de brede zin van het woord maakt deel uit van haar interesseveld.

Anne Verlinden is klinisch- en gezondheidspsycholoog. Als stafmedewerker Mentaal Welbevinden op het Vlaams Instituut Gezond Leven werkte zij mee aan de ontwikkeling van de geluksdriehoek. Anne gelooft sterk in de gezondheidswinst die nog geboekt kan worden binnen geestelijke gezondheidsbevordering en zet zich momenteel in voor de implementatie van de geluksdriehoek en de ontwikkeling van een bijhorend vormingsaanbod.

Daan Gielen is klinisch- en gezondheidspsycholoog. Hij is stafmedewerker binnen het team Mentaal Welbevinden van het Vlaams Instituut Gezond Leven, waar hij meewerkt aan projecten rond geestelijke gezondheidsbevordering, zoals de ontwikkeling en implementatie van de geluksdriehoek. Daarnaast begeleidt hij jongeren en (jong)volwassenen in een groepspraktijk.

Eline De Decker is senior stafmedewerker binnen het team Mentaal Welbevinden op het Vlaams Instituut Gezond Leven. Haar werkgebied focust zich op geestelijke gezondheidsbevordering van kinderen en jongeren, met onder meer de implementatie en disseminatie van het jongerenplatform NokNok.be.

Referenties

- Antonovsky, A. (1979). *Health, stress and coping*. San Francisco, CA (USA): Jossey-Bass.
- Antonovsky, A. (1987). *Unraveling the mystery of health: How people manage stress and stay well*. San Francisco, CA (USA): Jossey-Bass.
- Antonovsky, A. (1996). The salutogenic model as a theory to guide health promotion. *Health promotion international*, 11(1), 11-18.

- Bauman, Z. (1992). *Mortality, immortality and other life strategies*. Cambridge: Polity Press.
- Cattan, M., & Tilford, S. (2006). *Mental health promotion: a lifespan approach*. New York, NY: McGraw-Hill International.
- Christenhusz, L., & Meulenbeek, P. (2015). Welbevindenterapie in de geestelijke gezondheidszorg. In E. Bohlmeijer, L. Bolier, G. J. Westerhof, & J. A. Walburg (Eds.), *Handboek positieve psychologie: Theorie, onderzoek en toepassingen*. Amsterdam: Boom.
- Croteau, D., & Hoynes, W. (2014). *Media Society: Industries, Images, and Audiences*. London: Sage.
- Foulkes, L. (2021). *What we're getting wrong in the conversation about mental health*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/commentisfree/2021/mar/29/conversation-mental-health-psychiatric-language-seriously-ill>
- Franken, K., De Vos, S., Westerhof, G. J., & Bohlmeijer, E. (2019). *De mental health continuum short-form (MHC-SF). Het meten van welbevinden als uitkomst van behandeling gericht op geestelijke gezondheid van volwassenen met psychische klachten. Een handleiding voor behandelaren in de geestelijke gezondheidszorg voor het interpreteren en bespreken van scores met patiënten*. Twente: University of Twente.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford: University Press.
- Held, B. (2002). The tyranny of the positive attitude in America: Observation and speculation. *Journal of clinical psychology*, *58*, 965-992.
- Ivtzan, I., Lomas, T., Hefferon, K., & Worth, P. (2016). *Second wave positive psychology: Embracing the dark side of life*. Abingdon (England): Routledge.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking fast and slow*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Keyes, C. L. M. (1998). *Social wellbeing*. *Social Psychology Quarterly*, *61*, 121-140. <https://doi.org/10.2307/2787065>
- Keyes, C. L. M. (2005). Mental illness and/or Mental Health? Investigating Axioms of the Complete State Model of Health. *Journal of consulting and clinical psychology*, *73*(3), 539-548. <https://doi.org/10.1037/0022-006X.73.3.539>
- Lazarus, R. (2003). Does the positive psychology movement have legs? *Psychological Inquiry*, *14*(2), 93-109.
- Manwell, L. A., Barbic, S. P., Robertson, K., & al, e. (2015). What is mental health? Evidence towards a new definition from a mixed methods multidisciplinary international survey. *BMJ Open*, *5*:e007079. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2014007079>
- Matthews, G., & Zeidner, M. (2003). Negative appraisals of positive psychology: A mixed valence endorsement of Lazarus. *Psychological Inquiry*, *14*(2), 137-143.
- Mayer, A., & Barry, D. D. (1992). Working with the media to destigmatize mental illness. *Hospital & Community Psychiatry*, *43*(1), 77-78.
- Mittelmark, M. B., & Bull, T. (2013). The salutogenic model of health. *Global Health Promotion*, *20*(2), 1757-9759. <https://doi.org/10.1177/1757975913486684>
- Richardson, J. E. (2007). *Analysing Newspapers: An approach from Critical Discourse Analysis*. Houndmills: Palgrave.
- Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, *57*(6), 1069-1081. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.57.6.1069>
- Seale, C. (2003). *Media and Health*. London: Sage.
- Seligman, M. E. P. (1998). *Positive psychology network concept paper*. Retrieved from: https://langleygroupinstitute.com/wp-content/uploads/Seligman_Positive-Psychology-Network-Concept-Paper_1998.pdf.

- Seligman, M. E. P. (2018). PERMA and the building blocks of wellbeing. *The Journal of Positive Psychology, 13*(4), 333-335. <https://doi.org/10.1080/17439760.2018.1437466>
- Seligman, M. E. P. & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive Psychology: An Introduction. *American psychologist, 55*(1), 5-14. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.5>
- Seow, L. S. E., Vaingankar, J. A., Abdin, E., Sambasivam, R., Jeyagurunathan, A., Pang, S., ... , & Subramaniam, M. (2016). Positive mental health in outpatients with affective disorders: Associations with life satisfaction and general functioning. *Journal of Affective Disorders, 190*, 499-507. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2015.10.021>
- Simmons, J. (2013). Positive Psychology as a Scientific Movement. *The International Journal of Science and Society, 4*(1), 43-52. <https://doi.org/10.18848/1836-6236/CGP/v04i01/51361>
- Soyez, V., Vanlessen, N., & Verlinden, A. (2020). *Onderbouwingstekst: Theoretische grondslagen voor de geluksdriehoek en bijhorende online toolbox*. Brussel: Vlaams Instituut Gezond Leven.
- Suldo, S. M., & Shaffer, E. J. (2008). Looking beyond psychopathology: The dual-factor model of mental health in youth. *School Psychology Review, 37*(1), 52-68.
- Teismann, T., Brailovskaia, J., Siegmann, P., Nyhuis, P., Wolter, M., & Willutzki, U. (2017). Dual factor model of mental health: Co-occurrence of positive mental health and suicide ideation in inpatients and outpatients. *Psychiatry research, 260*, 343-345. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2017.11.085>
- Teng, E., Venning, A., Winefield, H., & Crabb, S. (2015). Half full or half empty: the measurement of mental health and mental illness in emerging Australian adults. *Social Inquiry into Well-being, 1*(1), 1-12.
- Van Agteren, J., & Iasiello, M. (2019). Advancing our understanding of mental wellbeing and mental health: The call to embrace complexity over simplification. *Australian Psychologist, 55*(3), 1-10. <https://doi.org/10.1111/ap.12440>
- Vlaams Instituut Gezond Leven. (2020). *De geluksdriehoek: hoe en waarom?* Retrieved from: <https://www.gezondleven.be/themas/mentaal-welbevinden/geluksdriehoek>
- Wong, P. T. P. (2011). Positive psychology 2.0: Towards a balanced interactive model of the good life. *Canadian Psychology/Psychologie Canadienne, 52*, 69-81. <https://doi.org/10.1037/a002251>
- Wood, A. M., & Tarrier, N. (2010). Positive clinical psychology: A new vision and strategy for integrated research and practice. *Clinical Psychology Review, 30*(7), 819-829. <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2010.06.003>
- World Health Organisation. (2004). *Promoting mental health : concepts, emerging evidence, practice: summary report*. Geneva: World Health Organisation, Department of Mental Health and Substance Abuse in collaboration with the Victorian Health Promotion Foundation (VicHealth) and the University of Melbourne
- World Health Organisation. (2008). *Policies and practices for mental health in Europe— meeting the challenges*. Geneva: World Health Organisation.
- Wright, C. (2014). Happiness studies and wellbeing: A Lacanian critique of contemporary conceptualization of the cure. *Culture Unbound, 6*, 791-813.



Nudging voor een beter leven

We maken heel wat keuzes op een dag. De meeste maken we zonder er goed over na te denken. Zo werken we meestal zittend aan een tafel of bureau, terwijl afwisselend staand werken en (online) vergaderen beter is. En kiezen we makkelijk voor ongezonde snacks terwijl we ons hadden voorgenomen gezonder te eten. *Nudging* kan helpen om vaker de keuzes te maken die bijdragen aan het welbevinden van onszelf en anderen.

■ Bert Pol & Christine Swankhuisen

W at is nudging?

Een 'nudge' is – letterlijk – een duwtje in de gewenste richting, zonder dat er sprake is van dwang, of het beperken van de keuzemogelijkheden.

Richard Thaler, nobelprijswinnaar en mede-bedenker van het begrip 'nudging', omschrijft het als "inspelen op de keuze-architectuur" (Thaler & Sunstein, 2008). Je maakt de gewenste keuze makkelijker. Gewenst is hier te lezen als gedrag dat positief is voor een persoon, groep of voor de samenleving.

Nudges zijn vooral behulpzaam als zich interne conflicten voordoen ten aanzien van de keuze (Venema et al, 2020). Je wil gezond eten, en je neemt je dat ook heilig voor, maar als je in de kantine die frituurlucht ruikt, ontstaat een spanning tussen de keuze voor gezond of jezelf iets gunnen. Een vaak gebruikte nudge is vette snacks helemaal achteraan in de kantine te plaatsen, na de vitrines met gezondere producten. Daarmee voorkom je bij een aantal mensen dat ze meteen ten prooi vallen aan de verleiding van kroketten, zeker als collega's voor je in de rij een bordje salade of volkorenbrood nemen. Dit is ook de reden waarom je in supermarkten eerst langs de groenteafdeling wordt geleid: plaats je die na de snacks dan nemen mensen veel minder groenten en fruit mee.

De nudge is hier de *volgorde veranderen* zodat je al een gezonde keuze hebt gemaakt voor de verleiding toe kan slaan. Iets wat thuis ook kan werken door fruit in het zicht te leggen en chips extra ver weg op te bergen.

Wacht op groen

Voor fietsers in Amsterdam betekent een rood stoplicht eerder 'goed opletten' en niet per se 'stoppen', wat tot gevaarlijke situaties leidt. Fietsers die door rood rijden

staan ook al jaren hoog in de top 10 van grootste ergernissen van bewoners. Voor de gemeente Amsterdam voerden wij een experiment uit waarbij we voor kruispunten waar veel ongelukken met fietsers gebeurden, een nudge ontwikkelden om fietsers aan te moedigen voor rood te stoppen. Na het nodige vooronderzoek kwamen we tot een verkeersbord met een smiley, twee duimpjes omhoog en de tekst 'wacht op groen'. Dit was een effectieve manier – zonder weerstand op te wekken – fietsers te stimuleren om voor rood te stoppen. Gemiddeld steeg het percentage wachtende fietsers met 17% (Swankhuisen & De Vrij 2010).



Default veranderen

Het veranderen van de 'default-optie' is een nudge die in wetenschappelijke onderzoeken naar de effectiviteit hoog scoort (Hummel & Maedche, 2019). De 'default' is de standaard-optie. Zo werden de zit-stabureaus op het stadskantoor van de gemeente Utrecht een tijdje standaard 's ochtends op stahoogte gezet

om meer medewerkers te stimuleren staand te werken. Zo'n 13% bleef dit ook doen (dit was 1% voorafgaand aan het experiment). Het kost moeite om het bureau aan te passen, waardoor mensen die al de intentie hebben om staand werken eens te proberen dit nu ook echt gaan doen (Venema, 2019).

Bij orgaandonatie speelt voor veel mensen ook een intern conflict. Je *wil* je organen ter beschikking stellen na je overlijden, maar vult het formulier niet meteen in. Misschien uit angst ('hoe weet een arts of ik echt dood ben voor mijn organen verwijderd worden?') of omdat je denkt 'dat doe ik op een later moment nog wel'. Voorheen was in Nederland de standaard dat je geen donor was, tenzij je een verklaring had ondertekend waarin je aangaf dat je daarvoor toestemming gaf. Je moest dus moeite doen om donor te worden. Sinds 1 juli 2020 is de standaardoptie dat je wel orgaandonor bent, tenzij je een verklaring tekent dat je geen toestemming verleent. Nu de default veranderd is in 'ja tenzij', ben je dus automatisch geregistreerd als donor, maar als je geen donor wil zijn, dan kun je dat veranderen. Je houdt zelf de keuze.

Nudges versus andere beïnvloedingsinstrumenten

Nudges omvatten alle interventies die ons keuzegedrag rechtstreeks beïnvloeden. Ze werken op het moment dat je de keuze maakt. Maar werken vooral voor gedrag waar we niet grondig over nadenken. De beïnvloeding verloopt niet via het veranderen van onze attitude of kennis. Met andere woorden: iemand door educatie of voorlichting ervan overtuigen dat vette snacks niet goed zijn voor hart en bloedvaten, wordt niet beschouwd als nudging. Dwang, regelgeving en wetgeving ook niet. Direct op het gedrag inspelen, biedt voor de praktijk allerlei voordelen. Nudging is vaak minder kostbaar en minder arbeidsintensief dan andere beïnvloedingsinstrumenten. Wetgeving kost veel tijd en vereist handhaving. Dwang roept ook weer-

stand op. Educatie en voorlichting zijn arbeidsintensief. Overigens zijn combinaties vaak het meest effectief. Zoals bij orgaandonatie waar naast de wetwijziging waarin de default veranderde, een uitgebreide informatiecampagne is ingezet om mensen bewust over hun keuze te laten nadenken.

Wanneer zijn nudges wel en niet effectief?

Het vermogen en de effectiviteit van nudges zijn echter niet onbeperkt. Ten eerste moet de doelgroep wel de intentie hebben om het voorgenomen gedrag uit te voeren. Wie pertinent kroketten of pizza wil eten, zal daarvoor kiezen in plaats van gezond voedsel - alle nudges ten spijt. Een nudge fungeert als een duwtje in de goede richting, niet als een enorme stomp. Ten tweede moet het nut van het gewenste gedrag bekend zijn en moet het mogelijk zijn om het gedrag uit te voeren. Als een nudge aanspoort om afval in een prullenbak te gooien terwijl die in de directe omgeving niet te bekennen is, zal de beïnvloedingspoging doorgaans het gewenste effect missen. Tot slot moet een nudge ook goed uitgevoerd zijn, dat wil zeggen: gebruikmaken van relevante psychologische mechanismen en wat daarover bekend is uit onderzoek.

Meeuwenoverlast

De gemeente Katwijk heeft net als veel kustgemeenten overlast door meeuwen. Wij voerden een experiment uit om bezoekers op de Boulevard te stimuleren etensresten in de afvalbak te gooien in plaats van op de grond of in de duinen. We observeerden het afvalgedrag van bezoekers in drie situaties: zonder nudge (controleconditie), met een reeds bestaande poster met een grote meeuw erop, en met een bord dat wij zelf ontwikkelden op basis van psychologische inzichten dat het gewenste gedrag laat zien. De resultaten laten zien dat creatieve uitingen zoals de

meeuwenposter, niet de meest effectieve nudges opleveren. In de conditie zonder nudge gooide 66% van de bezoekers hun afval in de afvalbak. Met de meeuwenposter daalde dit naar 52% - deze werkte dus zelfs averechts. De poster met het gewenste gedrag zorgde voor een toename: 84% gooide etensresten in de afvalbak (Pol & Swankhuisen, 2020).



Effectgrootte

In onze praktijk hebben we regelmatig nudges gebruikt om gedrag te bewerkstelligen. Dan ging het steeds om het gebruik van nudges op de plek waar het gedrag in kwestie werd vertoond, zoals voorkomen dat vuilniszakken naast ondergrondse containers worden geplaatst in plaats van ze erin te gooien. Of het bevorderen van brandveilig gedrag in studentenhuizen. De effecten – als ze gemeten werden – varieerden van 10% tot soms 30% (maar er waren ook situaties waarin er geen effect optrad). In praktijkonderzoek zijn causale effecten van een interventie nooit met zekerheid vast te stellen. Er kunnen altijd factoren zijn die het effect hebben beïnvloed, zelfs zonder dat je dat in de gaten hebt. Recente wetenschappelijke reviews laten zien dat veel nudgingonderzoek leidt tot positieve resultaten, hoewel de ene nudge een sterker effect laat zien dan een andere (Hummel & Maedche, 2019; Ledderer et al, 2020). Al met al kunnen nudges onder de genoemde condities een waardevolle en kosteneffectieve bijdrage leveren aan het bevorderen van (positief) gedrag. Alle reden dus om ze ook in te zetten om welzijn en welbevinden te vergroten.

Ethische aspecten

Terecht wordt ook discussie gevoerd over ethische aspecten van nudging (Schmidt & Engelen, 2020). Een belangrijke vraag is of je de keuze van mensen mag beïnvloeden. Is dat moreel te rechtvaardigen? Ontneem je hen niet de mogelijkheid om een eigen keuze te maken, zelfs als die hun gezondheid op korte of langere termijn beïnvloedt? Thaler en Sunstein (2008) stellen zich op het standpunt dat je mensen helpt om hun voorgenomen keuze daadwerkelijk uit te voeren, terwijl ze altijd de mogelijkheid houden toch anders te beslissen. Verbeek (2014) zegt daarover dat het in een aantal gevallen toch iets ingewikkelder ligt. Wie gevoelig is voor sociale druk, zal zijn gedrag al gauw laten beïnvloeden door de sociale validatienudge ('de meeste mensen in deze buurt ...'). De keuze is dan toch niet helemaal autonoom tot stand gekomen.

Voor de overheid heeft de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid aangegeven dat zij altijd transparant moet zijn over de inzet van nudges, zelfs als daardoor de effectiviteit zou verminderen (WRR, 2014). Naast de overheid gebruiken commerciële organisaties ook volop nudges. Om ons – vooral online – te verleiden reisjes te boeken ('nog maar 2 kamers beschikbaar'), producten te kopen, leningen aan te gaan enzovoort. Daarbij gaat het niet om mensen helpen om het goede voor henzelf te doen, maar staat commercieel gewin centraal. Daar is qua transparantie nog een wereld te winnen. ■

Bert Pol en Christine Swankhuisen zijn oprichters van adviesbureau Tabula Rasa, en auteurs van *Overheidscommunicatie: Een gedragswetenschappelijke aanpak* (Coutinho, 2020).

Referenties

- Hummel, D., & Maedche, A. (2019). How effective is nudging? A quantitative review on the effect sizes and limits of empirical nudging studies. *Journal of behavioral and experimental economics* 80, 47-58.
- Ledderer, L., Kjaer, M., Madsen, E.K., Busch, J., & Fage-Butler, A. (2020). Nudging in public health lifestyle interventions: A systematic literature review and metanalysis. *Health education & behavior* 47(5) 749-764.
- Pol, B., & Swankhuisen, C. (2020). *Overheidscommunicatie: Een gedragswetenschappelijke aanpak*. Bussum: Coutinho.
- Schmidt, A., & Engelen, B. (2020). The ethics of nudging: An overview. *Philosophy Compass* 15.
- Swankhuisen, C., & De Vrij, L. (2010). *Minder fietsers door rood licht. Deel 2: Rapportage veldexperiment in Amsterdam en Hoofddorp*. Tabula Rasa: Den Haag.
- Thaler, R., & Sunstein, C. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth and happiness*. New Haven: Yale University Press.
- Venema, T. (2019). *Preferences as boundary condition of nudge effectiveness: The potential of nudges under empirical investigation*. Utrecht, diss.
- Venema, T.A.G., Kroese, F.M., Benjamins, J.S., & De Ridder, D.T.D. (2020). When in doubt, follow the crowd? Responsiveness to social proof nudges in the absence of clear preferences. *Frontiers in psychology* 11: 1385.
- Verbeek, P. (2014). *Op de vleugels van Icarus: Hoe techniek en moraal met elkaar meebewegen*. Rotterdam: Lemniscaat.
- Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid. (2014). *Met kennis van gedrag beleid maken*. Amsterdam: University Press



Is geluks- training effectief?

Een overzicht van experimenten uit de World Database of Happiness

■ Ad Bergsma, Ivonne Buijt & Ruut Veenhoven

Introductie

Geluk is een centraal doel in het leven van veel mensen, maar psychologen wrijven hen graag in dat het najagen van geluk futiel is.

Geluk zou vooral genetisch bepaald zijn en daardoor nauwelijks veranderbaar (e.g. Omerod 2012). Anderen stellen dat we alleen gelukkig zijn als we beter af zijn dan anderen. Veel winst is er volgens deze visie niet te boeken, omdat geluk van de één ongeluk creëert van de ander (Brickmann & Campbell 1971). Een volgende verzuchting is dat groter geluk tenietgedaan wordt door verhoogde verwachtingen. Een recept voor frustratie, want de realiteit kan de aspiraties niet bijbenen (e.g. Ford & Mauss 2014). Een andere vrees is dat de individuele jacht op geluk slecht is voor de sociale verbanden die bijdragen aan geluk (Ford et al. 2015) en bijdragen aan eenzaamheid (Mauss et al. 2012) en depressies (Ford et al. 2014). Ook het zoeken naar hedonistisch plezier zou geluk kunnen schaden. Werken aan de persoonlijke groei en betekenis levert een meer duurzame bijdrage aan geluk (Sheldon & Lyubomirsky 2019).

De Belgische psychiater Dirk de Wachter (2019) stelt zelfs voor De Kunst van het ongelukkig zijn te omarmen "De westerse maakbaarheid van het leven achterna. Je maakt, je heerst, je kunt. Je vormt, je ontplooit. Alles kan. Yes You Can. De mens is een werkwoord, toch?" De Wachter denkt om; juist in het ongeluk en mislukkingen vinden we verbondenheid doordat we elkaar nodig hebben. Het streven naar geluk zou toxisch zijn (Chiu, 2020).

In deze discussie is het belangrijk dat geluk en ongeluk geen betekenisloze gevoelens zijn. Het zijn signalen dat iemand al dan niet aan zijn trekken komt, of wezenlijke behoeften zijn bevredigd. Geluk kan op minimaal twee manie-

ren nagestreefd worden. We kunnen ons in de eerste plaats richten op de leefomstandigheden door te proberen te krijgen wat we willen - rijkdom, status, schoonheid, slanke lijn of succes. Erg effectief is de route van het krijgen wat je wilt niet. De doelen zijn soms te hoog gegrepen en als ze wel bereikt worden hebben ze weinig rendement in de vorm van duurzaam geluk (Sheldon & Lyubomirsky, 2019). We wenen aan het goede dat ons ten deel valt.

De tweede route naar geluk richt zich meer op de interactie van het individu met de omgeving. Het gaat dan om het ontwikkelen van levensvaardigheden als willen wat je al hebt en worden wie je wilt zijn. Dit is zowel een doel van de positieve psychologie als van veel spirituele en religieuze tradities. De eerste hoogleraar psychologie in Nederland, Gerard Heymans, zei in zijn rede over De toekomstige eeuw der psychologie uit 1909 dat de natuurwetenschap de 'uitwendige omstandigheden in haar macht heeft gekregen', maar machteloos staat tegenover de hierop reagerende mensen. Voor de psychologie zou de taak zijn weggelegd mensen naar een geluksniveau te brengen dat in overeenstemming was met hun voorspoed. Ook dit pad is niet vrij van frustratie. De trappist en monnik Thomas Merton (1966) drukte zijn ambivalentie hierover als volgt uit: "Het heeft geen zin te zoeken naar iets dat je niet kan krijgen, omdat je het al hebt."

Levensvaardigheden kunnen getraind worden, specifiek met het doel iemand gelukkiger te maken. Wij noemen dit gelukstraining. Een aanwijzing voor de effectiviteit van gelukstrainingen komt van vier grote meta-analyses naar het effect van positieve psychologie interventies. Ze rapporteren alle vier bescheiden positieve

resultaten op subjectief welbevinden (Sin and Lyubomirsky 2009; Bolier et al. 2013; Hendriks et al. 2019; Koydemir, Sökmez & Schütz 2020). Een recente heranalyse van de effectgrootte van de eerste twee genoemde meta-analyses gebruikte een verbeterde correctie voor kleine steekproeven en kwam uiteindelijk tot de slotsom dat interventies uit de positieve psychologie gemiddeld een effectgrootte hebben van 0,1 op emotioneel welbevinden (White, Uttl & Holder 2019). Dit effect is zo bescheiden dat je moet meten om het gewaar te worden.

Er zijn echter drie redenen om niet tevreden te zijn met deze voorstelling van zaken. In de eerste plaats is een statistische term gebruikt die veelzeggend is voor onderzoekers, maar niet voor het publiek. Als je voor je werk een cursus gaat volgen om meer te kunnen verdienen, ben je ook niet tevreden als de cursusgever zegt dat de gemiddelde effectgrootte op salaris 0,1 is. Deze maat heeft weliswaar netjes gecorrigeerd voor de variantie in salarissen, maar voor de leek is het veel belangrijker te weten wat hij netto extra overhoudt aan het einde van de maand. In het geval van geluk is dat niet zomaar uit te drukken in een getal, omdat er zeer verschillende meetschalen worden gebruikt. Een los getal zou vergelijkbaar zijn met een salarisverhoging waarvan je niet weet in welke muntsoort hij is uitgedrukt. We beschrijven het effect van de training daarom als de verandering in geluk in verhouding tot de gebruikte schaalgrootte. Indien schoolcijfers (een tienpuntschaal) voor de gelukmeting zijn gebruikt, komt een stijging van tien procent overeen met een stijging van een heel punt.

De tweede reden om nog niet tevreden te zijn met de beschikbare meta-analyses is de heterogeniteit die schuilt achter het concept subjectief welbevinden. Vaak verwijst dit begrip naar zaken waarop getraind wordt, zoals groter zelfvertrouwen, scherpere levensdoelen of geloof in de zin van het leven. Mooi, maar niet hetzelfde als geluk in de zin van levensvoldoening. In effectstudies die zich wel richten op levensvoldoening wordt dat concept niet altijd

goed gemeten. Twee veel gebruikte vragenlijsten bevatten vragen die over net iets anders gaan: de Satisfaction With Life Scale (SWLS) van Diener et al. (1985) en de Subjective Happiness Scale (SHS) van Lyubomirsky & Lepper (1999). In de vragenlijst van Diener wordt bijvoorbeeld gevraagd of je iets zou veranderen als je je leven over mocht doen. Logisch gezien is dit geen goede vraag als je wilt weten hoe gelukkig iemand zich voelt. Je kan immers alles precies overdoen zoals in je huidige leven zonder nu gelukkig te zijn, of je kan ondanks je huidige ervaren geluk toch andere keuzes maken. Deze vraag is ook niet passend in de context van een gelukstraining, want de mensen die daaraan meedoen willen typisch iets veranderen in hun leven. De vragenlijst van Lyubomirsky meet geluk onder meer met de vraag of je denkt gelukkiger te zijn dan andere mensen. Hier geldt dat je ontevreden kan zijn over je eigen geluk, maar dat je desondanks positief antwoord geeft op deze vraag, omdat je inschat dat anderen het slechter hebben.

De derde reden is dat positieve psychologie interventies niet de enige trainingen zijn die worden aangeboden om geluk te verhogen. In onze overzichtsstudie zullen we breder kijken. We kijken bijvoorbeeld ook naar een aantal lichaamsgerichte interventies en naar interventies die het bewustzijn over het eigen geluksniveau verhogen, bijvoorbeeld in vergelijking met mensen in vergelijkbare omstandigheden.

Recent hebben Bergsma, Buijt en Veenhoven (2020) een nieuwe onderzoekssynthese gemaakt, waarin alleen metingen van geluk als de voldoening met het leven zijn opgenomen. Deze opvatting van geluk sluit aan bij de definitie van geluk door Bentham (1789) als "the sum of pleasures and pains". Geluk kan in deze visie gemeten worden door te vragen naar het eigen gevoel/oordeel over het eigen leven als geheel en door te vragen naar het voorkomen van positieve en negatieve gevoelens (Veenhoven 2009).

Dit artikel bouwt voort op deze overzichtsstudie. Het is aan de ene kant een samenvatting, waarin

we de gemaakte keuzes minder uitgebreid verantwoorden. Dit artikel is daarnaast een belangrijke update met 36 nieuwe publicaties erbij.

In dit artikel beantwoorden we deze onderzoeksvragen:

- Draagt gelukstraining bij aan geluk?
- Zo ja, hoe groot is dan het effect?
- Zo ja, blijft het effect na de training bestaan?

Gebruikte methode

Voor een uitgebreide verantwoording van de methode van onderzoek verwijzen we naar onze eerdere overzichtsstudie (Bergsma, Buijt & Veenhoven 2020). Hier beperken we ons tot enkele hoofdzaken. We hebben gegevens geput uit de World Database of Happiness (WDH). Deze bron heeft als belangrijk voordeel dat het mogelijk is zeer snel een overzicht te krijgen van de beschik-

bare wetenschappelijke literatuur. De WDH is een archief van onderzoeksuitkomsten (*finding archive*) op het gebied van geluk. De WDH bevat naast een overzicht van publicaties, ook gestandaardiseerde beschrijvingen van gerapporteerde uitkomsten. Voor ieder onderzoeksresultaat wordt een aparte e-pagina aangemaakt, waarop te lezen valt welke mensen, waar en wanneer onderzocht zijn, hoe hun geluk gemeten werd, met welke variabele geluk in verband werd gebracht (in dit geval deelname aan een gelukstraining) en welk statistisch verband tussen geluk en die variabele bleek te bestaan. Ieder van die pagina's (*finding page*) heeft een eigen internetadres, waarin in de tabellen naar is verwezen met links. Het voordeel is dat we veel onderzoek samenvatten in enkele overzichtstabellen, maar dat iedere lezer snel extra informatie kan vinden. Een overzicht van alle studies uit deze overzichtsstudie staat in tabel 1.



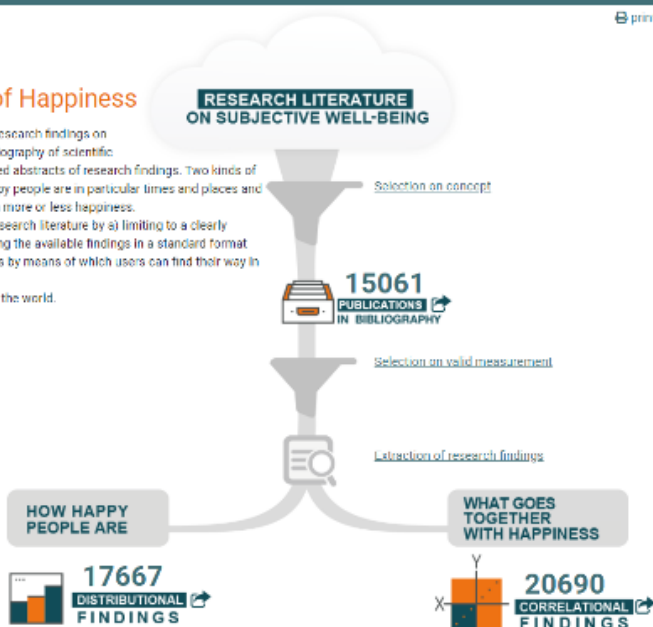
What is this World Database of Happiness

The World Database of Happiness (WDaH) is an archive of research findings on subjective enjoyment of one's life as a whole. Next to a bibliography of scientific publications on this subject, the WDaH provides standardized abstracts of research findings. Two kinds of findings are involved: 1) 'distributional findings' on how happy people are in particular times and places and 2) 'correlational findings' on the things that go together with more or less happiness.

The WDaH allows an overview of the otherwise nebulous research literature by a) limiting to a clearly defined concept of happiness (life satisfaction), b) presenting the available findings in a standard format and terminology and c) providing fine-grained classifications by means of which users can find their way in the growing mass of happiness facts.

The WDaH is available free of charge for everybody, all over the world.

How to search in this source



Zie voor tabel 1: <https://www.tijdschriftpositievepsychologie.nl/gelukstraining>

Deelnemers

De deelnemers aan de gelukstrainingen deden dat meestal op eigen initiatief, maar soms ook verplicht in de context van hun school, of op uitnodiging in de context van studie, werk of zorg, al dan niet tegen een beloning in studiepunten of geld. We weten niet of de deelnemers aan de onderzoeken representatief zijn voor alle deelnemers aan gelukstraining in de praktijk.

Selectie van trainingen

Gelukstraining hebben wij opgevat als het aanleren van vaardigheden die als belangrijk doel hebben geluk te verhogen. In de praktijk is het echter soms lastig uit te maken wat het doel van een training is. Sommige trainingen met het woord geluk in de titel, richten zich bijvoorbeeld op het versterken van religieuze gemeenschappen, zoals de Happiness Course. Andere trainingen, zoals de Groeitruining (Sheldon et al. 2002) noemen geluk niet expliciet als doel. Wij hebben de naam van de training daarom genegeerd bij de selectie. In plaats daarvan hebben we naar de inhoud van de training gekeken en of geluk als belangrijke uitkomstmaat in de studie was opgenomen. De trainingen zijn vervolgens ingedeeld op grond van gelijkenissen. Wij volgen in dit artikel de indeling van de WDH. Tabel 2 bevat het classificatiesysteem uit de WDH en geeft een korte toelichting in het Nederlands.

Zie voor tabel 2: <https://www.tijdschriftpositievepsychologie.nl/gelukstraining>

Indeling onderzoeksresultaten

De onderzoeksresultaten zijn ingedeeld aan de hand van de gebruikte onderzoeksmethode. Soms is een cross-sectionele vergelijking gemaakt tussen mensen die al dan geen training hebben genoten (1e kolom in tabel 3/4). Bij andere onderzoeken is een vergelijking gemaakt tussen de voor- en de nameting in de interventiegroep (2e kolom) en soms komt daar een follow-up meting bij (3e kolom). Een andere

methode is het vergelijken van de verandering in geluk na een training bij de experimentele groep met de verandering in een controle-groep (4e kolom). Tot slot kan deze vergelijking gemaakt worden bij een follow-up meting (5e kolom).

Resultaten

Een eerste indicatie voor de effectiviteit van gelukstraining ontstaat als we kijken naar de verandering in geluk. Van de 314 bevindingen uit onderzoek is er 269 keer sprake van een stijging in geluk (dat is 86%), 38 keer sprake van een daling (12%) en 7 keer ontbreekt een verandering in geluk. Ongeveer de helft van de gerapporteerde verbanden is statistisch significant.

Zie voor tabel 3: <https://www.tijdschriftpositievepsychologie.nl/gelukstraining>

Als we kijken naar de effectgrootte uitgedrukt als de procentuele verandering op de gebruikte schaal, dan vallen een aantal studies af die niet gedetailleerd genoeg rapporteren om deze berekening te kunnen maken. We houden voor dit overzicht 286 bevindingen over uit 91 experimenten, die beschreven staan in 76 publicaties (zie tabel 4). We rapporten daar zowel de gemiddelde effectgrootte als de mediaan. In de tabel komen sommige studies meer dan één keer voor, omdat ze ingedeeld konden worden bij meer dan één type training. De studies zijn niet dubbel meegeteld bij het berekenen van de gemiddelde effectgrootte. In sommige studies werd meer dan één geluksmaat gebruikt of was er meer dan één controlegroep. Deze gevallen zijn in de tabel herkenbaar door een 'slash' tussen de getallen. In dit geval is de gemiddelde uitkomst over de maten/controlegroepen gebruikt voor de berekening van het gemiddelde effect over alle studies. Op deze manier hebben we conform het advies van Cheung (2019) alleen onafhankelijke onderzoeksresultaten meegeteld.

Zie voor tabel 4: <https://www.tijdschriftpositievepsychologie.nl/gelukstraining>

We zien dat het geluk direct na het volgen van een training gemiddeld met 5,7 % stijgt. Na een follow-up periode van mediaan 8 weken stijgt dit nog iets naar 6,1%. Wanneer de verandering van geluk in interventiegroepen vergeleken wordt met de verandering van geluk in controlegroepen, is deze stijging kleiner: gemiddeld 5,2% na de training en 2,1% na een mediane follow-up duur van 6 weken.

Discussie

Deze onderzoekssynthese laat zien dat geluks-training gemiddeld een positief effect heeft op geluk. In deze studies is niet of nauwelijks een 'toxisch effect van positiviteit' zichtbaar. Deze conclusie geldt voor zeer verschillende groepen, verschillende interventies, in verschillende landen en verschillende aanbiedingsvormen. Deze uitkomst onderschrijft één van de basisveronderstellingen in de positieve psychologie, namelijk dat het de moeite loont niet alleen problemen op te lossen, maar levensvaardigheden en persoonlijke krachten uit te bouwen (Seligman & Csikszentmihalyi 2000; Boniwell 2012; Bergsma, Hamburger & Klappe, 2020).

We schatten dat het gemiddelde effect van gelukstraining rond de vijf procent van de schaalgrootte ligt en dat dit effect ook na follow-up aanhoudt. Bij deze schatting leggen we minder nadruk op de bevinding dat het effect na follow-up daalt als een vergelijking wordt gemaakt met een controlegroep. Een mogelijke interpretatie van deze daling is dat de effectgrootte van de training geflatteerd wordt door placebo-effect. Wij denken dat dit niet het geval is, omdat ook de controlegroep soms een behoorlijk actieve interventie kreeg. Bovendien zou het wel eens zo kunnen zijn dat de aandacht voor het geluk van de controlegroep een geluk-bevorderend effect heeft. Wie beseft in welke situaties hij of zij zich al dan niet gelukkig voelt, kan het eigen gedrag daarop aanpassen.

Er zijn twee manieren om naar de grootte van het effect te kijken. Een verandering van 5 % zit dicht bij de verschildrempel van wat bewust waarneembaar is (Bergsma, 2020). Tegelijkertijd gaat het om vijf procent van een groot goed. Extra geluk brengt veel andere goede zaken met zich mee, zoals bijvoorbeeld een langer leven en meer kans op een goede gezondheid (Veenhoven 2015). De beste manier om de effectgrootte in perspectief te plaatsen is een vergelijking te maken met andere invloeden. Bakker et al. (2020) beschrijven dat in het huwelijk treden eveneens leidt tot 5 % extra geluk, terwijl het effect van het winnen van de loterij op 0,5 % wordt geschat. Werkloos worden heeft een negatief effect op geluk van 8 % en het verlies van je levenspartner zorgt voor een daling van 12 %. In dat perspectief is een stijging van vijf procent indrukwekkend.

We kunnen het deelnemen aan een gelukstraining aanbevelen voor mensen die hier belangstelling voor hebben. De psychologie heeft, zoals Heymans 110 jaar geleden al voorzag, bruikbare technieken opgeleverd om mensen zich prettiger te laten voelen. ■

[Ad Bergsma is zelfstandig psycholoog, spreker en auteur van het Handboek Werkgeluk. \[www.grootstegeluk.nl\]\(http://www.grootstegeluk.nl\)](#)

[Ivonne Buijt, Erasmus Happiness Economics Research Organization, Erasmus Universiteit.](#)

[Ruut Veenhoven, Erasmus Happiness Economics Research Organization en Optentia Research Program, North-West University, Zuid-Afrika. Info: \[ad.bergsma@hu.nl\]\(mailto:ad.bergsma@hu.nl\)](#)

Voor de tabellen en de referenties verwijzen we naar de PDF van dit artikel op: <https://www.tijdschriftpositievepsychologie.nl/gelukstraining>

A close-up portrait of a man with dark, wavy hair and light-colored eyes, wearing a dark suit jacket over a white shirt. He is looking slightly to the left of the camera with a subtle smile. The background is dark and out of focus.

Bas Mesters
over Constructieve
Journalistiek

“We hebben de vraag ‘Wat nu?’ toegevoegd aan de vijf w’s”

Een andere manier van verhalen maken in de journalistiek. Journalist Bas Mesters (56) experimenteert daar al jaren mee. Hij vindt dat je als journalist naast problemen blootleggen ook handelingsperspectief moet bieden, als dat kan: “Kritisch de problemen blootleggen én kritisch naar oplossingsrichtingen kijken.” In oktober verschijnt zijn nieuwste boek op dit gebied: *Het herstel van Nederland: Twaalf oplossingen voor een land in crisis*.

■ Cassandra Oostrom

Het begon allemaal in Italië waar Mesters van 2002 tot 2012 als correspondent werkte voor de NRC en de NOS. Zijn verhalen gingen over politiek, kunst, economie, sport, het Vaticaan, lekker eten, maar ook over de problemen in het land met corruptie en de maffia. Oplossingen kwamen aanvankelijk nog niet aan bod in zijn verhalen. In de klassieke journalistiek worden problemen besproken en geanalyseerd in de hoop dat de samenleving met oplossingen komt. Mesters betwijfelde echter steeds meer of deze methodiek daadwerkelijk tot vooruitgang leidt. “In Italië zag ik steeds vaker dat de resultaten van goede onderzoeksjournalistiek hoofdzakelijk werden ingezet om politieke tegenstanders zwart te maken. Het werden kogels in de handen van politieke opposenten”, vertelt Mesters, “maar er veranderde niks.”

Andere aanpak

Toen hij zes jaar correspondent was in Italië, besloot hij een andere aanpak te proberen. “Ik was met een advocaat op stap om te praten over de

maffiaproblematiek rond Corleone op Sicilië. Ik begon met andere vragen te stellen als: ‘Wat kan er nu gedaan worden om het probleem te verhelpen?’ De advocaat kwam met concrete voorbeelden die al werden toegepast. Zoals op geconfisqueerd land van de maffia collectieve, publieke bedrijven als wijnmakerijen en musea op te starten.” In zijn stuk benadrukte Mesters de gegeven oplossingen en ook de problemen die deze weer met zich meebrachten. Direct merkte hij dat er meer reacties op het verhaal kwamen dan normaal. Mensen bleken verrast door het feit dat op Sicilië niet alleen maffiosi woonden en dat er een burgerlijke tegenbeweging was.

Daarna besloot Mesters een verhaal te maken over vrouwenrechten en de manier waarop vrouwen op de tv-stations van Berlusconi werden gerepresenteerd. “Opnieuw vroeg ik de geïnterviewde criticaster ook naar oplossingen. Ze bleek heel veel tijd te steken in educatie op scholen waar ze meisjes leerde dat je je als vrouw niet persé met opgepompte en half ontblote borsten hoeft te presenteren om succes te hebben.”

Angst en wantrouwen

“Ik realiseerde me steeds meer dat je als journalist je bronnen niet enkel kan gebruiken voor een probleemanalyse, maar ook voor oplossingsanalyses. Mensen die een probleem bevechten hebben vaak ook al goed over oplossingen nagedacht. Waarom zou je die niet in je journalistiek betrekken? Waarom enkel aan de emoties angst, afschuw of schande refereren in je storytelling? Juist in een tijd waarin mensen steeds vaker het nieuws terzijde leggen, omdat ze er neerslachtig van worden, is het belangrijk handelingsperspectief en enige hoop te bieden. Er zijn ook hele mooie en kritische verhalen te maken over mensen die naar oplossingen zoeken en over de barrières waarop ze stuiten.”

De focus op problemen in de media, zo overwoog Mesters, zou ook wel eens medeverantwoordelijk kunnen zijn voor het groeiende wantrouwen in Italië en Nederland. “Populistische partijen maken dankbaar gebruik van de probleemanalyses in de journalistiek om te beklemtonen wat er niet deugt en koppelen daar dan vervolgens de conclusie aan vast dat zij de oplossing hebben. ‘Dit is de schuld van de immigratie’.” Wie vindt dat journalistiek er ook is om de samenleving te dienen zal een stap extra moeten zetten. Hij zal naast het probleem dat hij heeft geanalyseerd ook de gesuggereerde oplossingen in beeld moeten brengen, kritisch en onafhankelijk.

Om zijn idee te testen, startte Mesters in 2010 een initiatief. Hij nodigde collega-journalisten uit om Nederland op 1 januari 2011 een journalistiek nieuwjaarscadeau te geven. Hij noemde het initiatief One11.nl. Zijn vraag aan de buitenlandcorrespondenten van verschillende Nederlandse media was simpel: interview iemand die jou het afgelopen jaar het meest heeft geïnspireerd.

De zesde W

Hij beklemtoonde dat ook nu de verhalen het resultaat moesten zijn van ‘kritisch professio-

neel, journalistiek werk dat niet opiniërend is’. De vijf w’s – wie, wat, waar, waarom en wanneer – bleven van kracht, maar er werd een zesde aan toegevoegd: wat nu? (of: wat doet hij/zij eraan?) Het eindresultaat mocht geen ‘goed-nieuwsstuk’ zijn. De verhalen moesten schuren. Zijn verzoek: “We laten de realiteit zien van over de schouders van de bouwer, we laten de barrières zien waarop hij stuit, zijn twijfel, maar ook zijn volharding.” Zo was de Constructieve Journalistiek tot leven gewekt, al is het een term die Mesters niet graag gebruikt. Constructieve Journalistiek is volgens hem gewoon professionele journalistiek. Het bijvoeglijk naamwoord is enkel bedoeld om aan te geven dat kritiek niet een doel op zich is maar een middel waarmee de journalistiek wil bijdragen aan de ontwikkeling van de samenleving.

Mesters was niet de enige die met dit idee rondliep. Cathrine Gyldensted ontwikkelde in dezelfde periode, als Deense tv-correspondent in de Verenigde Staten, vergelijkbare ideeën. Zij koppelde Constructieve Journalistiek in haar handboek voor journalisten aan elementen uit de positieve psychologie. Volgens haar konden journalisten op dezelfde manier aan de slag gaan als psychologen. Psychologen praten namelijk niet alleen met hun cliënten over hun problemen, maar ook over oplossingen. Gyldensted raadt journalisten ook aan om uit te gaan van het PERMA-model - Positive Emotions, Engagement, Relations, Meaning en Accomplishments. Daarbij horen vragen als: Wat is er bereikt? Wie is er dankbaar? Wie is gepassioneerd? Wie profiteert van deze verandering? Waar vind je voorbeelden van waar het wel goed gaat?

One11

Uiteindelijk gingen een kleine honderd vooraanstaande journalisten aan de slag met de vraag die Mesters in zijn One11-project stelde. “Vanaf 1 januari 2011 gingen we die interviews publiceren op One11.nl.” Maar enkele weken eerder ging Mesters eerst naar Nederland om zijn plan

te delen met de hoofdredacteurs. Niet bij elke hoofdredactie was evenveel enthousiasme. "Sommige leidinggevendenden zagen het als kritiek op hun eigen functioneren. De Telegraaf verbood de eigen journalisten zelfs eraan mee te werken. Hoofdredacties leken ook bezorgd en verbaasd over het feit dat het een project was waarin journalisten van allerlei titels uit eigen vrije wil samenwerkten met concurrenten. Sommige hoofdredacties waren erg bezig met de positionering en marketing van het eigen merk, en wilden liever niet dat hun journalisten met de concurrent samenwerkten."

'If it bleeds, it leads', was ook een reactie die Mesters vaak kreeg. Hoofdredacteurs wezen erop dat slecht nieuws nu eenmaal uitzonderlijk is, de aandacht trekt en verkoopt. Mesters benadrukte dan dat het juist ook uitzonderlijk en nieuwswaardig is als mensen zich op een constructieve manier verzetten tegen de maffia. Op de kritiek uit de journalistieke wereld dat zijn werkwijze niet objectief was, antwoordde hij dat ervoor kiezen om hoofdzakelijk negatief nieuws te laten zien ook niet objectief was en dat dit ertoe leidde dat een deel van de werkelijkheid niet in beeld kwam. Mesters spreekt liever niet van objectief, maar van onafhankelijk: "Objectiviteit bestaat niet. De keuze om je alleen op problemen te richten is al helemaal niet objectief. Je laat dan een deel van de werkelijkheid buiten beeld." Je kunt volgens hem wel streven naar onafhankelijke journalistiek: journalistiek die zich niet door belangen laat beïnvloeden en waarheidsvinding centraal stelt.

One11 was een manifest om te laten zien dat journalistiek veel breder kan zijn dan die was. De website was nadrukkelijk geen product. "Want alleen oplossingsgerichte journalistieke stukken bij elkaar gaat natuurlijk ook vervelen." Een journalistiek product moet evenwichtig en uitgebalanceerd zijn. Met Mesters zijn manifest hebben de journalisten van One11 in de eerste weken van 2011 rond de drie miljoen mensen bereikt die honderd verhalen kregen voorge-

schoteld met een ander soort journalistiek. Dertig verhalen werden overgenomen door nationale en regionale media. Enkele jaren later werd *de Correspondent* gelanceerd die ook nadrukkelijk oplossingsgericht is en andere kanten van de werkelijkheid wil laten zien.

Hogeschool Windesheim

Na het onverwachte enthousiasme bij publiek en deelnemende journalisten rondom one11.nl, kreeg Mesters de kans om directeur te worden van de Hogeschool Windesheim. Daar trok hij Cathrine Gyldenstedt en later ook Karel Smouter aan die van *de Correspondent* overkwam. Samen met het docententeam brachten ze constructieve journalistiek in het curriculum. "Mijn aanstelling bood me de kans om onze ideeën en werkwijze te onderzoeken, formaliseren en het debat erover te verdiepen. Het verzet vanuit hoofdredacties en het veld maakte het aan het begin niet makkelijk voor de journalisten die het wilden toepassen. Door deze vorm van journalistiek te faciliteren met onderzoek naar de effecten ervan en door er een internationaal symposium over te organiseren, konden we hun weg een beetje bereiden. Heel belangrijk was ook de instelling van het lectoraat Constructieve Journalistiek dat het onderzoek naar de effecten van Constructieve Journalistiek nu ook nog coördineert."

"Daarnaast hebben we constructieve elementen in het curriculum van de opleiding geïntegreerd, al vonden ook studenten het maar iets raars in het begin. Ook zij zijn vanuit de media gewend aan het beeld van journalistiek die kritiek als doel heeft en het niet als middel inzet." Inmiddels wordt het al jaren gedoceerd. In het eerste jaar gaat het om de elementaire elementen van de journalistiek en in de latere jaren worden studenten steeds meer uitgenodigd om te reflecteren over constructieve elementen in hun journalistiek. "Het belangrijkste in de opleiding blijft natuurlijk dat je als student moet leren hoe je journalistieke artikelen maakt, maar daarnaast wordt er ook aandacht besteed aan de

zesde W, aan dialoog met het publiek, focus op oplossingen, vergelijkende journalistiek waarbij je voorbeelden uit andere landen analyseert.”

Inmiddels werken Mesters, Gyldensted en Smouter niet meer bij de Hogeschool Windesheim, maar is het doceren van Constructieve Journalistiek wel ingebed in het onderwijs. Andere journalistieke opleidingen in het land hebben het tot dusver nog niet zo enthousiast opgepakt als Windesheim. Waarom niet? Mesters denkt dat dit komt doordat opleidingen hetzelfde reageren als de hoofdredacties: ‘Constructief’ blijft voor veel journalisten en journalistiekopleidingen een ongemakkelijk bijvoeglijk naamwoord. Het wordt al snel gezien als positieve journalistiek, niet kritisch. Maar het gaat zoals gezegd in werkelijkheid om kritische, probleem- en oplossingsgerichte journalistiek.

De Tussenruimte

Mesters ziet zijn missie als wegbereider inmiddels als afgerond. Steeds meer media integreren een meer oplossingsgerichte manier van berichtgeving. Zeker sinds de covid-19 pandemie en de toeslagenaffaire wordt in de journalistiek ook volop, en kritisch, meegedacht over oplossingen. “Er worden vragen in artikelen gesteld als: Hoe lossen ze het in andere landen op? Mensen worden niet alleen maar bevraagd over wat het probleem is, maar ook gevraagd naar de oplossingen.” Dit is terug te zien bij *de Correspondent*, maar ook bij *Nieuwsuur*, *NRC* en de *Volkskrant* waar Mesters ook voor schrijft.

Zelf is Mesters inmiddels druk met het debatpodium De Tussenruimte in Den Haag, dat hij heeft opgezet in samenwerking met Onder-

zoeks- en participatiebureau EMMA. Veel van de bronnen die Mesters spreekt voor zijn journalistieke verhalen in de krant, vraagt hij voor een nagesprek in De Tussenruimte. Hier worden dan maatschappelijke vraagstukken uitgediept, met oplossingsrichtingen erbij.

Hij is blij met wat hij kon bijdragen aan de discussie over journalistiek, maar vindt het ook fijn dat het activistische deel nu achter de rug ligt: “Uiteindelijk moet je het bijvoeglijk naamwoord ‘constructief’ ook weer durven schrappen. Voor mij is oplossingsgerichtheid iets wat bij journalistiek hoort. Dat adjectief ‘constructief’ was er om enige tijd de aandacht te vestigen op een element dat onderbelicht was. In een poging tot correctie. Misschien wel precies zoals psychologie over een tijdje ook zonder het bijvoeglijk naamwoord ‘positief’ zou kunnen, omdat het dan een geïntegreerd element binnen alle werketereinen van de psychologie is geworden.”

Nieuw boek

Momenteel legt hij de laatste hand aan zijn nieuwe boek dat ook een constructieve inslag heeft. In *de Volkskrant* had hij dit voorjaar een serie onder de titel ‘Heilige Huisjes’, waarin mensen uit de praktijk revolutionaire ideeën voor een nieuwe aanpak van problemen uit de doeken deden. Ze legden heel eerlijk bloot wat er nu mis is in het onderwijs, de landbouw, de zorg, op de woonmarkt, in de rechtbank, in de journalistiek en kwamen met oplossingen. Deze zomer heeft hij de interviews uitgewerkt. Het boek *Het herstel van Nederland: Twaalf oplossingen voor een land in crisis*, komt in oktober uit bij uitgeverij Balans. ■



Positieve gespreksvoering in supervisie en coaching

Krachten versus klachten

Onlangs vroeg een HR-directeur van een groeiend bedrijf mij waarom er toch steeds meer gecoacht wordt. “Is er dan zoveel mis met deze generatie?” vroeg hij me. Deze vraag krijg ik vaker. Ik legde hem uit hoe ik het zie: coaching draagt bij aan het mentaal kapitaal van de organisatie. Het benadrukt de kwaliteiten van het team en versterkt de veerkracht van de mensen, en daarmee van de organisatie als geheel. Geen overbodige luxe in

de hedendaagse, snel veranderde wereld. De samenleving vraagt veel van de professional en dat vertaalt zich in hoge werkdruk en stijgend ziekteverzuim. Voor de werknemers, of professionals, kan een hoge werkdruk ondermijnend zijn voor het werkplezier en het welzijn. Vaak is het destructief voor de kwaliteit van het werk. Voor de werkgevers is dit een probleem omdat mensen uitvallen, vertrekken of minder goed werk leveren. Andere professionals of teams kunnen hierdoor meer werkdruk ervaren waardoor de stabiliteit van de totale organisatie verder afneemt. De (verzuim) kosten nemen toe en de kwaliteit van werk komt in gevaar. Het is de vraag of deze huidige knelpunten in werk moeten worden aangepakt door de professional, of door de organisatie? En welke rol kan de coach of supervisor daarin spelen?

■ Marlies Jellema

Mentaal uitputtende samenleving

Er zijn steeds meer kritische geluiden over de wildgroei aan coaching en begeleiding op het werk. Men vraagt zich af of dit nu werkelijk bijdraagt aan het welzijn. Dit zijn vragen die ik als coach relevant vind.

Zo schrijft Marian Donner in haar *Zelfverwoestingsboek* dat je training en coaching ook kunt opvatten als het leren voegen in een bestaand systeem dat ons allemaal naar beneden haalt. Ons persoonlijk functioneren ligt volgens Donner onder de loep. Er wordt gekeken wat daar mis mee is of wat daaraan gesleuteld kan worden. Het persoonlijk functioneren kan vervolgens beter matchen met de vraag van de context (Donner, 2019). In het boek *Mentale vooruitgang* Van Kraaijeveld, Halink en Verbugt valt te lezen dat moderne mentale problemen voor een groot

deel sociale, ideologische en cultureel-economische problemen zijn. Onze samenleving is, aldus Kraaijeveld en collega's, "mentaal uitputtend" (Kraaijeveld, Halink & Verbugt, 2021). Boeken als *Fantoomgroei* van Heijne & Noten en de NPO-documentaire *Scheefgroei* laten pijnlijk zien hoe de werkdruk is toegenomen, de onzekerheden zijn gegroeid en hoe de beloning voor werk voor het leeuwendeel van de werkenden achterblijft en kosten van leven en wonen nauwelijks dekken (Heijne & Noten, 2020). We leveren meer voor minder en moeten daarin meer voegen, buigen en meebewegen.

Zijn we als coach en supervisor bezig om deze mentaal uitputtende samenlevingen in stand te houden of spelen wij een andere rol? Dit leek mij een belangrijke vraag om, in ieder geval aan mijzelf, te stellen. Ik neem je graag mee in mijn verhaal.

Positieve psychologie

Mijn werk doe ik vanuit de positieve psychologie. Ik zie het als mijn missie om bij te dragen aan werkgeluk van mensen, teams en organisaties. Veerkracht en welzijn zijn hierbij kernbegrippen. Positieve psychologie onderzoekt het floreren van mensen (Seligman, 2017). Het welzijn van de betrokkenen staat altijd centraal in mijn werk, wat een groot deel van mijn eigen werkverdoening en mijn werkplezier bepaalt. In de vijftienvorige jaar dat ik dit werk doe, heb ik de werkcontext en het sociaal ideologisch klimaat ook zien veranderen. De maatschappelijke context heeft invloed op het werk en de werkbeleving. Nieuwe generaties brengen ook nieuwe dynamieken en verhoudingen met zich mee. Dat betekent dat ik continu mijn werkwijze en houding tegen het licht moet houden en de context altijd meeneem in het coach- of supervisie-traject.

Supervisie en coaching

De coach begeleidt en ondersteunt professionals bij de uitvoering van het werk of bij loopbaanvragen, de supervisor begeleidt professionals die helpende gesprekken voeren. Het gesprek wordt hierbij als middel ingezet om tot leren te komen, waarbij reflectie op het functioneren als belangrijkste tool wordt gezien. De professionals noemen we in deze rol coachee of supervisor. Communicatie is een bepalende factor. Vragen, samenvattingen en andere gesprekstechnieken zetten aan tot reflectie over werkervaringen en leerwensen. Supervisoren en coaches noemen we net als teamcoaches en organisatiecoaches begeleidingskundigen. Een begeleidingskundige is kundig in gesprekvoering en expert op het vlak van professioneel leren. Intervisie valt ook onder deze manier van leren. Bij intervisie wordt (soms onder begeleiding) in een groep professionals geleerd.

Elk van deze beroepen heeft een eigen historie en visie. Binnen de vakdisciplines coaching zien we verschillende stromingen, vaak gebaseerd op psychologische of filosofische inzichten. Bij alle vakdisciplines draait het om leren van en voor de

werkuitvoering. In de literatuur over supervisie, als beroep wat ouder dan coaching, wordt ook wel een vorm van ervaren leren genoemd. Het draait daarbij om verbetering van de kwaliteit van dienstverlening en het ontwikkelen van zelfsturing (Van der Boomen, Merckies & Hoonhout, 2015). Ook binnen coachings- en intervisieliteratuur komt het belang van het ontwikkelen van zelfsturing vaak naar voren (Van Doorn & Lingsma, 2017) (Kat, 2018) (Van Beek, 2020).

Ik vraag mij af of zelfsturing ons klaarstoomt om ons staande te houden in een mentaal uitputtende context of ons juist weerbaar maakt. In de positieve psychologie vind ik daarop een antwoord.

Autonomie

Positieve psychologie (en aanverwante of hieruit voortvloeiende werkmethode zoals oplossingsgericht werken, acceptance and commitment en motiverende gespreksvoering) gaf mij handvatten om bij te dragen aan de veerkracht en het welzijn van de professional. De essentie ligt op het volledig aanvaarden van de autonomie van de ander. Dit is iets wat in alle communicatie en in elke interventie tijdens het gesprek terugkomt. Ik nodig uit tot reflectie over succeservaringen en vraag door wat bijdraagt aan het succes. Wat doet iemand precies waardoor iets lukt? Welke eigenschappen liggen hierachter? Welke drijfveren en waarden zijn hierbij bepalend? Welke mensen spelen hierbij een rol? De antwoorden op deze vragen, en de zoektocht ernaar, leveren een groei in zelfbewustzijn op en geven handvatten voor zelfsturing.

Positieve supervisie en coaching

Frederike Bannink geeft in haar boek *Positieve supervisie en intervisie* het effect van positieve psychologie in supervisie weer in een mooie quote: "Waar ik in probleemgerichte supervisie leerde van de scherpe geest van mijn supervisoren, leerde ik in de positieve supervisie mijn eigen scherpe geest te gebruiken. Dit draagt ertoe bij dat ik onafhankelijker en effectiever ben geworden in het creëren en ondersteunen van veranderingsprocessen" (Bannink, 2012).

Supervisie en coaching zijn als vakgebied wellicht oorspronkelijk meer gesitueerd in de rol van probleemoplosser, adviseur of expert. In de klassieke literatuur over supervisie lees je nog wel eens dat van de supervisor verwacht wordt dat hij zowel expert als analyticus als adviseur is. In die cultuur was een hiërarchie van wijsheid en ervaring terug te vinden waarbij de expert oordeelt over het functioneren van de lerende. Deze houding creëert ongelijkheid en ondermijnt de autonomie. Om antwoord te geven op de vragen en uitdagingen van de hedendaagse werkcontext is het nodig dat begeleidingskundige beroepen zich hierin ontwikkelen en naast de werkwijze de basishouding ter discussie blijven stellen.

Bannink (2012) schijft in haar boek over positieve psychologie in supervisie en intervisie een kleine tien jaar terug dat er een toenemende belangstelling is voor een visie naast de klassieke probleemgerichte manier van werken. Supervisie, coaching (en intervisie) worden in de praktijk toch nog vaak gezien als middel om iets te “fiksen”. Dit sluit aan bij het beeld dat de HR-directeur uit het voorbeeld aan het begin van dit artikel heeft. Probleemgericht werken vanuit een ongelijkwaardige basishouding binnen supervisie versterkt dit omdat de professionele autonomie van de supervisor of coachee wordt ondermijnd. Positieve supervisie of coaching kan hierin juist een activerend en versterkend tegenwicht zijn. Supervisie en coaching zijn gericht op persoonlijke professionele ontwikkeling en hebben via de professional invloed op de context.

Krachten in plaats van klachten

Bij positieve supervisie en coaching werk je aan krachten in plaats van klachten. Dit vraagt een specifieke manier van communicatie met een bescheiden en nieuwsgierige houding. Door vragen te stellen nodigt de supervisor of coach de supervisor of coachee uit om te kijken naar de door hem gewenste toekomst in werk en wat werkt (Bannink, 2012). Dit doet ook wel denken aan de socratische gesprekmethode waarbij de supervisor

of coach vanuit een houding van niet weten met de juiste vragen steeds dichterbij de vraag van de supervisor komt (Oosting, 2015). De basis van positieve gespreksvoering binnen supervisie en coaching is dan ook de professionele autonomie van de supervisor of coachee.

Communicatie

Vanuit de positieve psychologie richt je communicatie in het begeleidingskundige gesprek op het versterken van het potentieel in plaats van het aanpakken van de hiaten. Taal is bepalend. Ik weeg elke vraag af wat betreft taal. In plaats van vragen wat er aan de hand is of wat het probleem is, vraag je bijvoorbeeld naar wat er goed gaat of wat de uitzondering is. Of je vraagt naar waar de supervisor in wil groeien in plaats van wat deze wil leren. Je vraagt waar de coachee tevreden over is en niet wat er verbeterd moet worden. Je vraagt welke mogelijkheden er zijn in plaats van waar iemand last van heeft. Zelf ga hier nog regelmatig de mist mee in. Opgegroeid in een calvinistische cultuur ontglipt mij regelmatig een probleemgerichte vraag. Of ik stel een vraag met een verstopt oordeel. Al train ik mijzelf hier al ruim tien jaar in, het is een culturele paradigmashift om door een positieve bril te kijken als je probleemgericht bent opgeleid. Dit is iets dat ik ook terugzie bij cursisten in mijn opleidingen, zoals bij de coaching, supervisie en positieve psychologie.

Uiteraard hebben professionals problemen en uitdagingen. Dat dingen lastig en moeilijk zijn, staat niet ter discussie en is inherent aan werk en leven. Van professionals kan niet verwacht worden feilloos aan het beroepsprofiel of de (irreële) functie-eisen te voldoen zonder daarin hiaten te hebben. Dit uitgangspunt kan al louterend werken, merk ik vaak. Leren werkt effectief als we focussen op wat werkt in plaats van het analyseren wat niet werkt en het steven naar het modelleren van een gewenst profiel (Bannink, 2012). Hierdoor groeit het professioneel bewustzijn en het vertrouwen in het eigen kunnen. Dat geeft meer ruimte om met compassie met onze minder ontwikkelde kanten om te gaan en te groeien in zelfsturing.

Floreren

Het floreren van professionals staat nooit los van de context. De werkvloer en de werker zijn in voortdurende wisselwerking met elkaar. En elke organisatie wordt weer beïnvloed door de cultuur van de samenleving daaromheen. Een cultuur die puur focust op wat nog gefikst moet worden, is per definitie ondermijnend voor de psychologische veiligheid en de professionele autonomie (Beks & Van de Loo, 2020). Floreren is geen luxe goed. Mensen die floreren voelen zich gelukkiger en leven een betekenisvol leven als individu en in relatie tot anderen en de maatschappij (Schotanus, 2019, Csikszentmihalyi, 2008). Een organisatie die ruimte geeft om te floreren, bereikt meer veerkracht dan een organisatie die meet of de werknemers goed scoren op de lat van de functie-eisen. Floreren vraagt voor iedere werknemers een persoonlijk recept en sluit aan op de persoonlijke waarden en talenten. Het vraagt dan ook ruimte voor autonomie om te kunnen groeien.

De autonomie van elkaar bevestig je in taal waarmee je elkaar aanspreekt. 'Wat mij het beste voor jou lijkt' is als uitspraak ondermijnend voor de autonomie, terwijl 'Wat zie jij als optie?' de autonomie versterkt. Aangesproken worden op je autonomie versterkt deze an sich. Een autonome professional die ruimte voelt om autonoom te mogen zijn, komt op voor zijn professioneel belang en de kwaliteit van het werk. Het is van onschatbare waarde als men in staat is tegenwicht te bieden aan een omgeving die mentaal belastend is. Professionele zelfzorg betekent tenslotte ook dat de context ter discussie gesteld kan worden.

Janine

Janine kwam bij mij met een coachingsvraag: ze wilde meer balans in werk en privé. Nu zij op haar 37e een gezin had gesticht, leek deze balans verstoord. Ze was gestuurd door haar leidinggevende. Janine verweet zichzelf dat ze altijd

elke taak aannam. Nadat ze haar last had erkend, hebben we samen in kaart gebracht wat de waarde van werk voor Janine is. Janine maakte altijd meer uren dan haar contract waard was. Nu pas ging dit knellen. Tijdens de sessies werd Janine zich bewust van haar behoefte aan vrije tijd en begrenzing van het werk. Ook leerde zij haar professionele waarden kennen om toegewijd te kunnen zijn. Ineens zag zij scherp hoe haar gewoonte was om zonder morren alles voor de cliënt te doen. Nee zeggen was in haar optiek not done. Hierdoor losten de teamissues – die het gevolg waren een rammelend beleid – zich vanzelf op. Men sprak elkaar daar niet op aan. Het ziekteverzuim was enorm en dus werd er steeds meer inzet gevraagd. Janine werd zich tijdens de coaching bewuster van haar eigen kwaliteiten en haar beeld van zingeving op het werk. Met als gevolg dat ze meer durfde te kiezen voor de taken die het best bij haar pasten. Ze verkocht vaker nee en besprak haar proces in het team. Vanuit dit bewustzijn besloot Janine plaats te nemen in de ondernemingsraad om tot structurele oplossingen te komen voor de inzet en een cultuur waarin de teams elkaar aan kunnen spreken op elkaars houding en welzijn.

Dit vind ik een mooi voorbeeld van de impact van een individueel leerproces op een organisatie. Het welzijn van Janine is toegenomen en Janine beïnvloedt de cultuur. Door het bespreekbaar maken van zaken, vergroot ze de psychologische veiligheid voor zichzelf maar ook in het team en geeft ze signaleren af voor nieuw beleid.

Invloed op de context

Dit voorbeeld geeft weer hoe coaching van invloed kan zijn op een werkcultuur. Individuele processen hebben impact op de omgeving. Ik

krijg vaak terug dat coachees of supervisanten met een andere bril naar werk kijken en dit ook met collega's en teams bespreken. Waarden zijn regelmatig een bepalende factor in het leerproces. Leven (en werken) in overeenstemming met waarden dragen bij aan het welbevinden van psychologisch functioneren (Schreurs & Westerhof, 2020). Het bewustzijn hiervan geeft kaders voor zelfsturing.

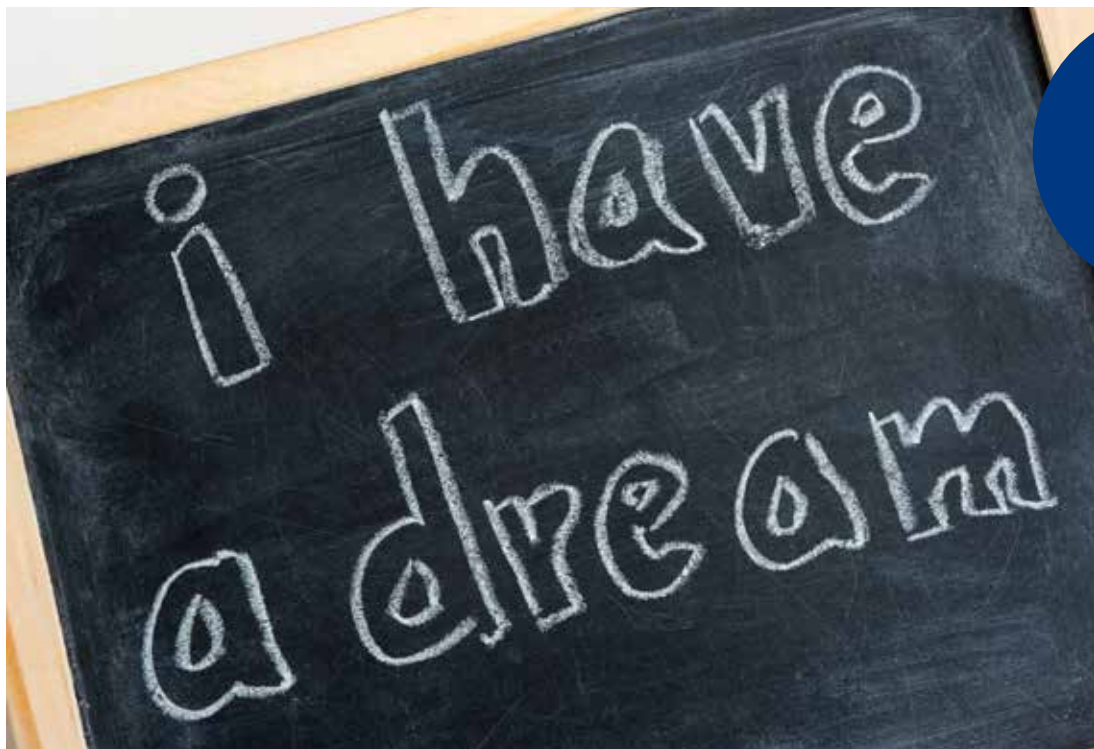
Mentaal kapitaal

De enorme uitvalcijfers door burn-out en andere psychische klachten leren ons dat er veel winst te halen is in het werkende leven. Het sociaal ideologische klimaat heeft hier impact op. Ook als team- en organisatiecoach zie ik hier de effecten van. Hier kunnen, en moeten, we beleidsmatig antwoorden op zoeken waarbij een herwaardering van werk op zijn plaats lijkt. De professional is een waardevolle kracht om van binnenuit zaken te signaleren, om nieuwsgierige vragen te stellen en anderen aan te spreken op krachten in plaats van klachten. Daarmee wil ik niet zeggen dat de verantwoordelijkheid bij de professionals ligt. Een culturele omslag heeft kracht als het van meerdere kanten komt. In supervisie en coaching hoop ik invloed te hebben op het welzijn van personen en hun omgeving. Werkgeluk houdt niet op bij het individu. Professionele groei heeft impact op de omgeving. Een organisatie die bereid is te investeren in het mentaal kapitaal en naar de werknemers wil luisteren, hen wil zien, kan hier veel baat bij hebben. Zowel voor het welzijn en het werkgeluk van de professional als hun teams. Dit heeft een positieve invloed op het floreren van de werknemers en daarmee op de kwaliteit van het werk. ■

Marlies is eigenaar van het Centrum voor Werkgeluk en werkt als hogeschooldocent bij verschillende begeleidingskundige post-hbo-opleidingen. Zij is opleider en trainer in motiverende gespreksvoering en acceptance and commitment en is gepassioneerd coach en (leer)supervisor.

Referenties

- Bannink, F. (2012). *Positieve Supervisie en interventie*. Amsterdam: Hogrefe.
- Kat, N. (2018). *Coachen met een leeg hoofd*. Culumborg: Van Duuren media.
- Csikszentmihalyi, M. (2008). *Flow: The psychology for an optimal experience*. HarperCollins Publishers Inc.
- Heijne, S., & Noten, H. (2020). *Fantoomgroei*. Amsterdam: Business contact.
- Seligman, M. (2017). *Authentic happiness: Using positive psychology to realize your potential for lasting fulfillment*. Hodder & Stoughton General Division.
- Donner, M. (2019). *Zelfverwoestingsboek*. Amsterdam: Dasmag.
- Kraaijeveld, K., Halink, S., & Verbugt, J. (2021). *Mentale vooruitgang*. Amsterdam: De argumentenfabriek.
- Schotanus, M. (2019). *Floreren*. Tiel: Lanoo.
- Oosting, J. (2015). *Socratische benadering in supervisie: Supervisiekunde meerperspectivisch*. Deventer: Vakmedianet.
- Scheurs, K., & Westerhof, G. (2021). *Waarden en motivatie: Handboek positieve psychologie*. Amsterdam: Boom.
- Van Beek, M., & Tijmes, I. (2020). *Leren coachen*. Amsterdam: Boom.
- Van der Boomen, F., Merckies, R., & Hoonhout, M. (2015). *Wat is supervisie en wat doet een supervisor? Supervisiekunde meerperspectivisch*. Deventer: Vakmedianet.
- Van der Loo, H., & Beks, J. (2021). *Psychologische veiligheid*. Amsterdam: Boom.
- Van Doorn, G., & Lingsma, M. (2017). *De vijf kritieke succesfactoren van coaching*. Amsterdam: Boom.



Enthousiasme als werkend bestanddeel van positieve communicatie

I have a dream

Als je het hebt over positieve communicatie kun je niet om enthousiasme heen. Deze emotie lijkt namelijk in veel gevallen het werkende bestanddeel van positieve communicatie. Wanneer communicatie gepaard gaat met oprecht enthousiasme, zet het aan tot actie en worden anderen erdoor aangestoken. In dit artikel bespreken we de rol van enthousiasme bij positieve communicatie vanuit wetenschappelijk perspectief en vanuit ervaringen in de praktijk.

■ Rijn Vogelaar

Op de trappen van het Lincoln Memorial in Washington D.C. hield Martin Luther King Jr., op 28 augustus 1963, zijn befaamde 'I have a dream' speech voor 250.000 toehoorders. De speech wordt nog steeds gezien als een van de meest invloedrijke toespraken in de Amerikaanse geschiedenis. Het is tevens een archetypisch voorbeeld van positieve communicatie. De kern van Kings betoog was immers niet alleen een aanval op de racistische Amerikaanse samenleving. Hij schetste ook een positief toekomstbeeld over een maatschappij waarin mensen als broeders met elkaar samenleven. Een samenleving waarin elk individu dezelfde rechten heeft, onafhankelijk van achtergrond of komaf. Het deel van de speech dat het publiek het meest in vervoering bracht, was het einde. Hier week hij af van zijn voorbereide tekst en declameerde over zijn droom van vrijheid en gelijkheid. Het enthousiasme van King sloeg over op de menigte en tot op de dag van vandaag worden mensen wereldwijd geïnspireerd door zijn positieve boodschap.

Het aanstekelijke enthousiasme van Martin Luther King is nauw verwant aan de oorspronkelijke betekenis van het woord 'enthousiasmós'. Plato gebruikte dit woord om de Goddelijke inspiratie van de dichter te beschrijven (Verhoeven, 1972). In het oude Griekenland werd poëzie gezien als een bovennatuurlijk fenomeen. De dichter was als het ware een doorgeefluik van de stem van de Goden. Er werd vaak gerefereerd aan de God Apollo of zijn zussen, de muzen. De dichter geeft zijn inspiratie door en steekt hiermee anderen aan, die vervolgens worden meegevoerd in de geestdrift. Socrates vergelijkt het met de werking van een magneet. Deze trekt ijzeren voorwerpen aan en geeft die aantrekkingskracht door, waardoor er een keten van ijzeren voorwerpen ontstaat. Op vergelijkbare wijze kan enthousiasmerende communicatie mensen meekrijgen.

Enthousiasme in de praktijk

In de afgelopen jaren heb ik workshops over enthousiasme mogen geven in twintig verschillende landen. De groepen varieerden van radio DJ's in Hilversum, tot politie in Hong Kong en ondernemers in India. Ondanks de diversiteit van de groepen en culturen zijn er ook grote overeenkomsten. Enthousiasme speelt overal een belangrijke rol, terwijl er vrijwel nergens structureel aandacht voor is. Het menselijke brein is nu eenmaal geprogrammeerd om negativiteit meer prioriteit te geven en dit werkt door in de manier waarop organisaties zichzelf inrichten en de manier waarop de maatschappij zichzelf vormgeeft. Problemen, onvoldoendes en rampen krijgen meer aandacht dan positiviteit, enthousiasme en kansen. Dat is onterecht. Het positieve effect van enthousiasme is namelijk evident en eenvoudig aan te tonen in de praktijk.

Om de kracht van enthousiasme te illustreren doe ik aan het begin van een training vaak de volgende oefening: Eerst vraag ik deelnemers zich professioneel voor te stellen. Ze vertellen dan over hun functie en hun werkzaamheden. Tijdens dit voorstelrondje is de verbale en non-verbale communicatie van de deelnemers serieus en zakelijk. Daarna doen we het rondje nog een keer, maar deze keer vertellen ze waar ze in hun privéleven enthousiast over zijn. In deze tweede ronde verandert de uitdrukking op de gezichten van deelnemers. De manier van communiceren wordt energiek, sprankelend en aanstekelijk. Communiceren met enthousiasme heeft duidelijk een andere dynamiek dan de gebruikelijke zakelijke omgang. De sfeer verandert, er wordt gelachen, er is meer energie en interactie.

Enthousiasme is een belangrijk onderdeel van positieve communicatie en beïnvloeding. Dit zie ik in mijn praktijk en dit wordt bevestigd door de wetenschap, zoals we later zullen zien. Eerst wil ik wat meer duiding geven aan het begrip. Wat is enthousiasme en wat hebben we eraan?

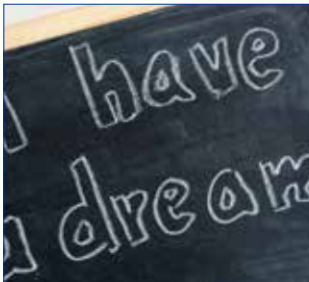
De functie van enthousiasme

Emoties hebben een adaptieve functie, in de zin dat ze onze voorouders hielpen te overleven en zich voort te planten (Frijda, 1988; Lazarus, 1991; Russell, 2003; Scherer, 2009). De vecht- of vluchtreactie bij het waarnemen van gevaar is hierbij het meest evident. Historisch gezien is er echter veel minder aandacht voor positieve emoties dan voor negatieve emoties (Roseman, Swartz, & Nichols, 2020). De evolutionaire rol van positieve emoties is pas recentelijk meer onder de aandacht gekomen (e.g., Shiota et al., 2014). Enthousiasme wordt vanuit dit perspectief beschreven als een energieke reactie op een kans, waardoor een organisme de gelegenheid niet aan zich voorbij laat gaan. Een aap ziet bijvoorbeeld een tros bananen, wordt enthousiast en gaat erop af. Of een ondernemer investeert in de ontwikkeling van een nieuw product, omdat hij hier enthousiast over is. Het is de positieve energie die een sporter, ondanks tegenslagen, telkens weer laat doorzetten om een doel te behalen. In die zin lijkt enthousiasme het tegenovergestelde van onverschilligheid of lethargie.

definities en wetenschappelijke theorieën tot op heden onderbelicht gebleven, terwijl dit ook in evolutionair opzicht vermoedelijk een belangrijk aspect is van enthousiasme. Het enthousiaste gekrijs van de aap, die bananen ziet, is namelijk ook een signaal naar de andere apen dat er eten is gevonden. Hierdoor kan de groep profiteren van de vondst en eventueel samenwerken om het voedsel te bemachtigen. Het enthousiasme van de ondernemer zorgt ervoor dat ook zijn klanten en medewerkers enthousiast worden. Misschien raken we hier wel de essentie van positieve communicatie. Bij negatieve communicatie wijzen we anderen op gevaar. Bij positieve communicatie wijzen we anderen op mogelijkheden, om zodoende kansen te verzilveren en samen op weg te gaan naar een betere toekomst.

Charismatisch leiderschap

In de leiderschapsliteratuur refereert de term 'charismatisch leiderschap' aan leiders die, door hun persoonlijke bekwaamheden, in staat zijn om een diepgaand en buitengewone effecten op hun volgelingen te hebben (House & Baetz,



Het enthousiasme waarmee een docent voor de klas staat blijkt een belangrijke rol te spelen bij de effectiviteit van het lesgeven

In ons eigen onderzoek aan de Universiteit Leiden kwam het functionele aspect ook naar voren. We zagen dat enthousiasme een positieve, energieke en vaak doelgerichte emotie is (Vogelaar, Van Dijk, Van Dijk, 2020). Tijdens onze experimenten kwam echter nog een ander element naar voren. Enthousiasme blijkt namelijk ook een duidelijke sociale component te hebben. Deze sociale component is in de

1979). Er is empirisch bewijs dat enthousiasme een belangrijk onderdeel is van charisma. Enthousiaste leiders worden als charismatischer beschouwd en enthousiasme zorgt voor de overdracht van opwinding en positieve gevoelens (Damen, Van Knippenberg &, Van Knippenberg, 2008). De aanstekelijkheid van enthousiasme verloopt vrijwel automatisch en is amper onderhevig aan bewuste controle (Poggi, 2007).

Enthousiasme en de emotionele besmetting als gevolg maakt een krachtig wapen. Ook het gaat om politieke beïnvloeding. Marcus en Mackuen (1993) lieten zien dat enthousiasme van een kandidaat de voorkeur voor de betreffende politicus beïnvloedt en het de interesse en betrokkenheid bij de campagne stimuleert. Leaders, zoals Martin Luther King, die grote groepen mensen in beweging kunnen krijgen, worden gezien als charismatische leiders. Het is in verschillende onderzoeken aangetoond dat charismatisch leiderschap een bijzonder effectieve stijl van leiderschap is (Conger & Kanungo, 1998; Shamir et al., 1993; Yukl, 2002). Als enthousiasme een belangrijk onderdeel is van charismatisch leiderschap, dan speelt het ook via deze weg een rol bij positieve beïnvloeding.

Enthousiasme in het onderwijs

Een andere aanwijzing voor de rol van enthousiasme bij positieve communicatie komt uit de educatieve hoek. Het enthousiasme waarmee een docent voor de klas staat blijkt een belangrijke rol te spelen bij de effectiviteit van het lesgeven. Enthousiaste docenten motiveren en inspireren (Frenzel et al., 2009; Lazarides et al., 2017), ze bevorderen de leerprestaties van studenten (Brigham et al., 1992; Keller et al., 2013) en enthousiaste leraren lijken ook gelukkiger en gezonder te zijn (Kunter et al., 2008, 2011, 2013). In een onderzoek van Patrick et al. (2000) blijkt enthousiasme zelfs een grotere invloed te hebben op de intrinsieke motivatie en vitaliteit van de studenten dan twaalf andere belangrijk geachte factoren, zoals vakinhoudelijke kennis en voorbereiding van de les. Wellicht dat in de opleiding van docenten, zoals de PABO, meer aandacht gegeven kan worden aan de overdracht van enthousiasme tijdens het lesgeven. Het enthousiasme van een docent voor een vakgebied is aanstekelijk. Aan de andere kant is de onverschilligheid van de uitgebluste docent dodelijk voor de motivatie van studenten. Als docenten beter begeleid worden om het enthousiasme over hun vakgebied aan te wakkeren, wordt lesgeven leuker en effectiever. Er is

ook bewijs dat enthousiasme onder docenten getraind kan worden (Collins, 1978; Betten-court, 1983). Het is echter wel zaak om ervoor te waken dat enthousiasme geen façade wordt.

Oprecht enthousiasme

Enthousiasme is vooral effectief als er sprake is van oprechtheid en authenticiteit. Eerlijkheid (c.q. oprechtheid, authenticiteit) wordt door mensen aangeduid als een centraal kenmerk van enthousiasme (Vogelaar, Van Dijk, Van Dijk, 2020). Onderzoek in het onderwijs laat zien dat studenten vooral beïnvloed worden door docenten die authentiek enthousiast zijn (Keller, Becker, Frenzel, & Taxer, 2018). Deze docenten geven niet alleen enthousiast les in de ogen van de studenten, maar geven zelf ook aan dat ze enthousiast zijn over het lesgeven. Studenten, die les kregen van deze docenten, hadden meer plezier in het vak en waren minder snel verveeld. Het is soms natuurlijk onoverkomelijk om als docent een mindere dag te verbloemen door zich wat enthousiaster voor te doen dan men werkelijk is. Het onderzoek van Keller et al. (2018) laat zien dat enthousiast overkomen, ook al is het niet authentiek, nog altijd effectiever is dan geen enthousiasme tonen. Dit moet daarentegen niet te vaak en te lang nodig zijn. Anders gaat het ten koste van de gezondheid van de docent (Taxer & Frenzel, 2018). Om geloofwaardig en gezond te blijven is het daarom van groot belang dat docenten ervoor waken het enthousiasme over het vak en het lesgeven zelf ook te blijven voelen. Dat geldt overigens niet alleen voor docenten. Ook uit onderzoek onder callcenteragenten bleek dat het uiten van enthousiasme, waar je zelf in gelooft, minder vermoeiend is dan doen alsof (Totterdell & Holman, 2003). Als we anderen willen beïnvloeden met positieve communicatie is het dus ook relevant om ons eigen enthousiasme te kunnen oproepen en aanwakkeren.

Tot slot

Gezien het voorgaande kunnen we concluderen dat enthousiasme een belangrijke rol speelt bij

positieve communicatie. Zonder enige vorm van begeestering is het lastig om anderen mee te krijgen. Toch is er nog weinig aandacht voor enthousiasme in het onderwijs, in het bedrijfsleven of in de rest van de samenleving. Overal waar het belangrijk is om een boodschap over te brengen is het relevant: in de opvoeding, in de omgang met collega's, patiënten, klanten en burgers in het algemeen. Iedereen heeft er mee te maken. Als we leren om op een effectieve manier positief te communiceren, dan is het minder noodzakelijk om te vervallen in negatieve alternatieven. Dan hoeft er niet meer te worden gedreigd met onvoldoendes, ontslag, boetes of straf. Als ouders, docenten, managers en andere professionals hun enthousiasme weten aan te boren en op een authentiek wijze weten uit te dragen, dan kunnen ze hun boodschap op een positieve en doeltreffende manier overbrengen. Dat vergt wel enige moed en soms ook wat begeleiding. Het is daarom belangrijk dat hier aandacht voor is tijdens opleidingen, leiderschapstrainingen en persoonlijke ontwikkeltrajecten. Tot op heden wordt de rol van enthousiasme echter niet altijd op waarde geschat. Het wordt tijd om op een andere manier te kijken naar onderwijs en leiderschap. Het wordt tijd om op een andere manier te kijken naar communicatie. Het wordt tijd om enthousiasme serieus te nemen. ■

Rijn Vogelaar is psycholoog en geeft presentaties, workshops en trainingen over enthousiasme. Hij schreef verschillende boeken over dit thema: *De Superpromoter* (2019), *De Enthousiasme Trilogie; Flame, Flow, Flood* (2014) en *Negativiteit Mania* (2018). Hij doet momenteel promotie onderzoek naar enthousiasme aan de Universiteit Leiden. www.rijnvogelaar.nl

Referenties

- Bettencourt, E. M., Gillett, M. H., Gall, M. D., & Hull, R. E. (1983). Effects of teacher enthusiasm training on student on-task behavior and achievement. *American educational research journal*, 20(3), 435-450.
- Brigham, F. J., Scruggs, T. E., & Mastropieri, M. A. (1992). Teacher enthusiasm in learning disabilities classrooms: Effects on learning and behavior. *Learning Disabilities Research and Practice*, 7(2), 68-73.
- Collins, M. L. (1978). Effects of enthusiasm training on preservice elementary teachers. *Journal of Teacher Education*, 29(1), 53-57.
- Conger, J. A., & Kanungo, R. N. (1988). *Charismatic leadership: The elusive factor in organizational effectiveness*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Damen, F., Van Knippenberg, D., & Van Knippenberg, B. (2008). Leader affective displays and attributions of charisma: The role of arousal. *Journal of Applied Social Psychology*, 38(10), 2594-2614.
- Frenzel, A. C., Goetz, T., Lüdtke, O., Pekrun, R., & Sutton, R. E. (2009). Emotional transmission in the classroom: exploring the relationship between teacher and student enjoyment. *Journal of educational psychology*, 101(3), 705.
- Frijda, N. H. (1988). *The laws of emotion*. *American Psychologist*, 43(5), 349-358.
- House, R. J., & Baetz, M. L. (1979). Leadership: Some empirical generalizations and new research directions. In B. M. Staw (Ed.), *Research in organizational behavior* (Vol. 1, pp. 399-401). Greenwich, CT: JAI Press.
- Keller, M. M., Becker, E. S., Frenzel, A. C., & Taxer, J. L. (2018). When teacher enthusiasm is authentic or inauthentic: Lesson profiles of teacher enthusiasm and relations to students' emotions. *AERA open*, 4(2).
- Keller, M. M., Neumann, K., & Fischer, H. E. (2013). Teacher enthusiasm and student achievement. In J. Hattie & E. M. Andermann (Eds.), *International guide to student achievement* (pp. 247-250). New York: Routledge.
- Kunter, M., Frenzel, A. C., Nagy, G., Baumert, J., & Pekrun, R. (2011). Teacher enthusiasm: Dimensionality and context

specificity. *Contemporary Educational Psychology*, 36, 289–301.

- Kunter, M., Klusmann, u., Baumert, J., Richter, D., Voss, T., & Hachfeld, A. (2013). Professional competence of teachers: Effects on instructional quality and student development. *Journal of Educational Psychology*, 105(3), 805–820.
- Kunter, M., Tsai, Y.M., Klusmann, u., Brunner, M., Krauss, S., & Baumert, J. (2008). Students' and mathematics teachers' perceptions of teacher enthusiasm and instruction. *Learning and Instruction*, 18(5), 468–482.
- Lazarides, R., Buchholz, J., & Rubach, C. (2018). Teacher enthusiasm and self-efficacy, student-perceived mastery goal orientation, and student motivation in mathematics classrooms. *Teaching and Teacher Education*, 69, 1-10.
- Lazarus, R. S. (1991). *Emotion and Adaptation*. New York: Oxford University Press.
- Marcus, G. E., & MacKuen, M. B. (1993). Anxiety, enthusiasm, and the vote: The emotional underpinnings of learning and involvement during presidential campaigns. *American Political Science Review*, 87(3), 672–685.
- Patrick, B. C., Hisley, J., & Kempler, T. (2000). "What's everybody so excited about?": The effects of teacher enthusiasm on student intrinsic motivation and vitality. *The Journal of Experimental Education*, 68(3), 217–236.
- Poggi I. (2007) Enthusiasm and Its Contagion: Nature and Function. In: Paiva A.C.R., Prada R., Roseman, I. J., Swartz, Newman, L., Nichols, N. (2020). *Phenomenology, behaviors, and goals also differentiate positive emotions*. Unpublished manuscript.
- Russell, J. A. (2003). Core affect and the psychological construction of emotion. *Psychological Review*, 110, 145–172.
- Scherer, K. R. (2009). The dynamic architecture of emotion: Evidence for the component process model. *Cognition and Emotion*, 23(7), 1307–1351.
- Shamir, B., House, R. J., & Arthur, M. B. (1993). The motivational effects of charismatic leadership: A self-concept based theory. *Organization Science*, 4, 577–594.
- Shiota, M. N., Neufeld, S. L., Danvers, A. F., Osborne, E. A., Sng, O., & Yee, C. I. (2014). Positive emotion differentiation: A functional approach. *Social and Personality Psychology Compass*, 8(3), 104–117.
- Taxer, J. L., & Frenzel, A. C. (2018). Inauthentic expressions of enthusiasm: Exploring the cost of emotional dissonance in teachers. *Learning and Instruction*, 53, 74-88.
- Totterdell, P., & Holman, D. (2003). Emotion regulation in customer service roles: Testing a model of emotional labor. *Journal of occupational health psychology*, 8(1), 55-73.
- Verhoeven, C. W. M. (1972). *The philosophy of wonder* (M. Foran, Trans.). New York, NY: MacMillan.
- Vogelaar, M., van Dijk, W., van Dijk, E., (2020). *The Internal Structure of Enthusiasm: A Prototype Analysis*. Unpublished manuscript.
- Yukl, G. (2002). *Leadership in organizations* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.



Foto: Tappan

Magneetwoorden: druk uit wat je wél wilt

‘Geen afval achterlaten in het bos’, ‘Niet hamsteren’ en ‘Hier geen fietsen plaatsen’. Veel communicatie benadrukt vooral wat je níet moet doen. De vraag is of je daarmee je doel bereikt. Volgens Jeanine Mies, tekstschrijver en trainer voor gedragssturende teksten, kunnen we beter magneetwoorden gebruiken: woorden die benoemen wat je wél wilt. In dit artikel licht ze de werking toe, geeft ze herkenbare praktijkvoorbeelden en roept ze ons op ons vooral te richten op de positieve pool van de magneet. In wat we vragen van mensen in onze omgeving, in de mails die we schrijven, in de namen van organisaties en projecten, in hashtags en in onze uitspraken en gedachten: wat willen we wél?

■ Jeanine Mies

Ken je het woord durfpoli? In veel ziekenhuizen is er een angstpoli. Er worden mensen behandeld tegen angsten en fobieën. In Groningen wilden ze het anders aanpakken. Ze kozen de naam Durfpoli. En wat bleek? Kinderen en jongeren vertelden in hun omgeving eerder over hun bezoek aan de poli ('ik moet weg want ik ga naar de durfpoli'). Waar de 'angstpoli' voor hen iets stigmatiserends had, was nu de zwaarte eraf. Ze gingen leren durven. En daarmee is tegelijk de eerste stap gezet voor de gewenste verandering. Een prachtig voorbeeld van het effect van woorden.

Ik noem zulke woorden 'magneetwoorden'. Ze benoemen wat je wilt aantrekken (durf in dit geval) in plaats van afstoten (angst). Ze drukken uit waar je naartoe wilt, in plaats van waar je vanaf wilt. Navolgenswaardig, want zo versterk je wat je wilt bereiken. Voor een ander voorbeeld komen we bij het Rembrandtplein in Amsterdam. Daar wilde de gemeente het uitgaansgeweld aanpakken. Ambtenaren benaderden de ondernemers aan het plein voor de Aanpak Uitgaansgeweld. Er kwamen weinig mensen op af. De projectnaam had een negatieve klank en bevestigde bovendien impliciet dat er sprake is van uitgaansgeweld. Toen ze dat in de gaten kregen, is samen gekozen voor een nieuwe noemer: 'Gastvrij en veilig'. Daarmee kregen ze de ondernemers wél mee.

Een werknaam is nog geen merknaam

Misschien herken je het. Veel projecten richten zich op een probleem, bijvoorbeeld discriminatie of werkdruk. Terecht natuurlijk. Maar voor je het weet, staat die naam op een poster of rapport ('Nota Werkdruk') of wordt het een URL ('kijk op discriminatie.nl'). Zo zingt het probleem rond, terwijl het je vooral om oplossingen te doen is. Denk dus nog eens na over die werktitel. Dat zou ook mijn advies zijn

aan het kabinet. Dat stelde een tijdje terug een 'ambassadeur jeugdwerkloosheid' aan. Maar wie wil dat nou zijn? Je bent toch ambassadeur voor iets waar je achter staat, iets dat je wilt vertegenwoordigen? Als je je daarvan bewust bent, is het alternatief snel gevonden: de ambassadeur jeugdwerkgelegenheid. Het is logisch dat je een probleem wilt aanpakken, maar zet niet het probleem in de spotlight.

Voorbeelden te over. Zo is er het Handboek Huiselijk Geweld, de Taskforce Excessen (van de KNVB), het Pestprotocol, de Agressiewijzer, het Aanjaagteam Verwarde Personen, de ambassadeur Woninginbraken, het zorgpad Overgewicht, de armoedecoördinator, de Week zonder Vlees, de campagne toolkit Ouderenmishandeling. Er bestaat zelfs een Nationale Eenzaamheidsprijs, een prijs voor het beste initiatief om eenzaamheid tegen te gaan. Op zich een prima stimulus, maar wie wil een prijs met die naam nu winnen?

Waarom komen zulke namen dan toch zo veel voor? Waarschijnlijk vooral omdat je met het negatieve de aandacht krijgt. Ons brein merkt het negatieve eerder op dan het positieve. Journalisten maken daar ook dankbaar gebruik van. Goed nieuws is geen nieuws. Juist de uitzonderingen komen in de publiciteit: de ongevallen, de ruzies, de rampen, alles wat fout gaat of nare gevolgen heeft. Dat is natuurlijk te benutten: door een probleem te benoemen kun je het op de agenda krijgen. Maar als je er vervolgens iets aan wilt doen, zul je niet alleen moeten weten wat je niet wilt, maar ook wat je wél wilt. Als je niet weet waar je vóór bent, word je waar je tégen was. Een voorbeeld uit de politiek: veel mensen zullen bij Geert Wilders als eerste denken aan de islam.

De omkering: zoeken naar antoniemen

Een logische vervolgvraag is: hoe dan wel? Dat laten gelukkig talloze andere organisaties zien. De eerder genoemde Durfpoli, maar denk

*Wil je aandacht? Ben dan ergens tégen.
Wil je wat bereiken? Ben dan ergens vóór*



ook aan Nederland Schoon (tegen zwerfafval), Dance4Life (tegen HIV en Aids), Jongeren op Gezond Gewicht/JOGG (tegen overgewicht), Cool Down City (tegen hittestress), het Food Rescue Team (tegen voedselverspilling) en Veilig Thuis (tegen huiselijk geweld). Zij benoemen wat ze wél willen. Het zijn uitkomstnamen in plaats van probleemnamen. Die omkering is nog niet altijd zo eenvoudig. Is de tegenhanger van angst 'durf', zoals in het voorbeeld van de angstpoli? Ik vind 'durf' daar goed passen. In andere situaties zou het ook 'moed' kunnen zijn, of juist 'vertrouwen'.

En wat is het antoniem van eenzaamheid? Gaat het om contact, aandacht, samenzijn, betrokkenheid, verbinding, sociaal konvooi, aansluiting, ontmoeting, erbij horen, je begrepen en

gekend voelen? Dat is een wezenlijke zoektocht. Ik las laatst: 'zo lang we niet weten wat de tegenhanger is, blijft eenzaamheid bestaan'. Dat was op het twitteraccount @vraagelkaar. Dat is een positief geformuleerde naam in ieder geval. Net zoals Coalitie Erbij, een andere groep die zich bezighoudt met de bestrijding van eenzaamheid.

Soms is de positieve variant te weinig concreet, te ruim, te saai, te onduidelijk, te soft of te belerend. De Bond tegen Vloeken (zie kader) is vast vóór respectvol taalgebruik, maar is dat een geschikte naam? In zulke situaties vraagt het meer creativiteit om een pakkende naam te verzinnen, of moet het beeld of een 'ondertitel' de naam concreter laden. De gemeente Den Haag verzond het Goed voor Elkaar Festival, een bijeenkomst

voor sociale initiatieven in de buurt. 'Goed voor Elkaar' heeft behalve de gewenste uitkomst ook een positief oordeel in zich: ze hebben het daar goed voor elkaar. Die dubbele betekenis spreekt aan. Het kan dus helpen om een concrete actie centraal te stellen (Feestje op de Deurmat organiseert kaartjes voor mensen die aandacht verdienen) of een woordspeling te bedenken (Bakkie bij de Buuv?). Een andere oplossing is een heel nieuwe term verzinnen. Dat heeft de Rijksoverheid gedaan met de BOB-campagne. De naam BOB zei nog niets, maar is inmiddels gaan staan voor mensen die niet drinken als ze nog moeten autorijden. 'Rij alcoholvrij' was dan wel een rijm, maar ging het ene oor in en het andere oor uit na zoveel jaren van communicatie. En als iemand zich meldt als BOB, wordt het alcoholvrije autorijden gelijk in praktijk gebracht. Bovendien: 'Wie is de BOB?' is een vraag die je gemakkelijker stelt dan 'Wie offert zich op?'

'Nietjes' zijn overal

Niet alleen in namen van functies, projecten en organisaties kan tot uitdrukking komen waar we vanaf willen. Dat gebeurt ook op bordjes in de openbare ruimte ('hier geen fietsen plaatsen'), in

uitspraken in het dagelijks leven ('niet je jas op de grond gooien') of in je eigen gedachten ('ik wil niet te laat komen'). In allerlei communicatie zijn we te betrappen op – wat ik noem – 'nietjes'.

Aan die niet-boodschappen kleven verschillende nadelen. Ten eerste kunnen ze je opstandig maken. Bij een bordje met 'Dit is GEEN honden-toilet!!' denkt een gemiddelde hondenbezitter al snel 'Dat zullen we nog wel eens zien' of 'Dat bepaal ik anders zelf wel'. Iets niet mogen strijkt ons tegen de haren in. Ten tweede word je soms juist op het verkeerde idee gebracht. Denk aan de tekst 'Niet met de kartonnen drankhouders gooien' in een voetbalstadion. Dat roept het ongewenste gedrag juist op. Als je 'Niet rennen' zegt tegen kinderen, blijken hun spieren zich zelfs al aan te spannen. Ten derde versterken niet-boodschappen de ongewenste associaties. Het bekende voorbeeld is 'Denk niet aan een roze olifant'. En prompt staat het plaatje op je netvlies. Het is precies waarom je moet oppassen met ontkenningen zoals 'Ouderen zijn geen dor hout'. De verbinding tussen 'ouderen' en 'dor hout' wordt erdoor versterkt. Het woord 'geen' of 'niet' valt weg en de associatie wordt juist



De Bond tegen Vloeken benadrukt wat ze niet willen. De bijbehorende slogan doet dat ook: 'Word geen naprater'. Op de bus waarmee de bond door het land reist, staat 'Onderweg voor eerbied en respect'. Dus daar zijn ze vóór. Maar als naam voor de bond zou 'eerbied en respect' minder geschikt zijn: wat belegen en vooral ook minder concreet. Wat is een geschikte tegenhanger van vloeken? Het gaat om het bewustzijn van wat je woorden teweeg kunnen brengen bij anderen, vermoed ik. In die richting zou ik het zoeken. Of misschien om creatieve krachttermen zodat je geen mensen voor het hoofd stoot. Voor een project op scholen bedacht de bond een prachtnaam: KlasseTaal. Ook (bewust) wat ruimer dan alleen 'niet vloeken', maar met een mooie dubbele betekenis.

bevestigd. Tot slot het vierde en misschien wel belangrijkste nadeel als het om gedragsverandering gaat: niet-boodschappen zijn geen duidelijke opdrachten. Wat is de bedoeling bij 'Kijk niet weg bij kindermishandeling'? Dat is niet iets dat je uit kunt voeren. Als kinderen in een klas 'niet door elkaar moeten praten', wat is dan precies de oproep? Moeten ze de ander uit laten praten, op hun beurt wachten, hun vinger opsteken? De positief geformuleerde boodschap is een betere instructie.

In al dit soort communicatie komt de omkering van pas. Zie in onderstaande tabel enkele voorbeelden.

Nog meer magneetkracht

De kunst is dus om te bedenken wat je wél wilt. Behalve de omkering zijn daarvoor nog andere, versterkende technieken bruikbaar. Zes tips:

- *Bied concreet handelingsperspectief:* wat moet iemand precies doen? Bijvoorbeeld 'Houd 1,5 meter afstand' in coronatijd. En om woninginbraak te voorkomen: 'Ramen dicht, lichtje aan, deur op slot'. Een concrete handeling is gedrag dat je zou kunnen fotograferen.
- *Geef positieve feedback:* je kunt je verzoek

verpakken als compliment of als bedankje. Een corona-voorbeeld is 'Fijn dat je rechts loopt' op de stoep van een winkelstraat. Of 'Bedankt dat u hier 30 rijdt'. De meer impliciete boodschap roept minder weerstand op dan een pure instructie zou doen ('loop rechts'). Het bestendigt bovendien het gedrag van degenen die het al goed doen. Hier zien we het principe van wederkerigheid in actie: wie iets krijgt (zoals een bedankje), wil vanzelf iets teruggeven.

- *Stel een vraag of geef opties:* op die manier kunnen mensen zelf beslissen wat goed is om te doen. Die keuzevrijheid vinden we fijn, we zien onszelf graag als autonome wezens. Daarom staan er borden langs de snelweg met 'Wat is je snelheid?' En rond corona kwam ik deze vraag tegen: 'We geven elkaar de ruimte. Voor wie doe jij het?' Die zet in op zelfovertuiging. Je gaat nadenken over waarom je het goede gedrag gaat vertonen.
- *Benoem voorbeeldgedrag:* benadruk dat anderen het gewenste gedrag al vertonen. Denk aan 'De meeste Nederlanders volgen de adviezen over corona goed op'. Zo'n tekst bevestigt de sociale norm, en we doen graag wat anderen doen. Alleen al het

Niet-boodschap	De omkering
Ik wil geen last meer van mijn rug	Ik wil een sterke en soepele rug/ik wil weer alles kunnen doen
Niet hamsteren	Koop wat je nodig hebt
Proeven niet toegestaan (bij snoepbakken)	Proeven mag. Wel eerst afrekenen ;-) Van alles 1 proeven? Koop een proefzakje ->
Kijk niet weg (bij kindermishandeling)	Meld je vermoeden op 0800-...
Word geen slaaprijder	Ga uitgerust op weg/Twee uur rijden, kwartiertje rust
Autorijden en social media gaan niet samen	Zet je telefoon stil/Rij MONO
Hier geen fietsen plaatsen	Fietsenstalling 100 meter -> /Zet je fiets in het rek
Ik ben tegen stagediscriminatie	Ik ben voor gelijke stagekansen
Ik wil niet ondersneeuwen	Ik wil gezien worden

woord 'ook' (in bijvoorbeeld 'gebruik jij ook de peukenbak?') geeft sociaal bewijs voor het goede gedrag.

- *Maak gebruik van identiteitswoorden of beloftes:* deze techniek gaat uit van het effect van consistentie en commitment. Als je een sticker op je fiets hebt met 'Ik wacht op groen', dan zul je minder snel door rood fietsen. Je kunt er immers op worden aangesproken. Op 'ikpasmaan.nl' kon je in het begin van de coronacrisis aanvinken aan welke preventieve maatregelen je je

ging houden, door bijvoorbeeld vinkjes te zetten bij 'Ik was mijn handen voor ik het huis uit ga' et cetera. Wat je beloofd hebt, dat zul je eerder doen.

- *Kies voor knipoogteksten of rijm:* verzin iets pakkends. Voor jongeren was er bijvoorbeeld de slogan 'Slimmer chillen = corona killen'. Rijm spreekt aan en blijft hangen. En als mensen moeten lachen, laten ze hun weerstand eerder varen. Daarop zet dit winkelbordje in: 'Wear your mask or we start playing country music'.



De wel-beweging

Het is mijn missie om met magneetwoorden het goede te versterken: wat willen we wél? Ook op andere terreinen dan de communicatie zie ik deze ‘wel-beweging’. Niet alleen de positieve psychologie, maar ook de positieve gezondheidszorg, de constructieve journalistiek, appreciative inquiry of het waardierend inspecteren. Het gedachtegoed van de magneetwoorden sluit mooi aan bij deze trends. Het goede versterken kan op heel veel manieren. Een discussie die ik met inspecteurs geregeld aanga, is: moeten inspecties ook benoemen wat goed gaat bij organisaties waar ze toezicht op houden? Mijn standpunt is helder: ja, natuurlijk. Enkel zwaaien met een vermanend vingertje is demotiverend. Als je ook aandacht besteedt aan wat goed gaat, staan lezers meer open voor wat je te melden hebt, en voelen ze zich gezien. Bovendien: behouden wat goed gaat, is voor de naleving zeker zo belangrijk als verbeteren wat niet goed gaat.

Zelf doe ik dat als (schrijf)trainer ook. Hoe frustrerend zou het zijn voor mijn cursisten als ik alleen zou wijzen op spelfouten of een onhandige tekstopbouw? Als ik feedback geef op teksten, dan benoem ik vooral wat ik sterk vind aan de tekst. Het maakt de schrijvers bewust bekwaam en het is een opsteker voor ze, waardoor ze ook eerder ontvankelijk zijn voor wat nog beter kan. Ik suggereer bijvoorbeeld: ‘Wat je hier doet in

de tekst, dat mag je ook dáár doen, want dat geeft mij als lezer meer overzicht’. Maar... aan wie zeg ik dit eigenlijk? Jullie als lezers van Tijdschrift voor Positieve Psychologie zijn hier vast al van overtuigd. Ik preek voor eigen parochie. Hopelijk zijn jullie je nóg bewuster geworden van het effect van je woorden. Ik zou zeggen: welkom bij de wel-beweging! ■

Jeanine Mies studeerde Nederlands/Taalbeheersing en is sinds 1999 zelfstandig tekstschrijver en trainer voor overtuigende overheidscommunicatie. Ze traint bijvoorbeeld inspecteurs bij de Rijksoverheid in gedragssturende brieven en rapporten. En ze schrijft voor het Behavioural Insights Netwerk waarin alle ministeries en uitvoeringsorganisaties vertegenwoordigd zijn. Haar specialisatie is taal voor gedragsverandering. Ze geeft lezingen en workshops over magneetwoorden, blogt erover en publiceert komend jaar haar magneetwoorden-boek. Zie magneetwoorden.wordpress.com

Heb je zelf ook voorbeelden van magneetwoorden? Zie je toepassingsmogelijkheden in je werk of dagelijks leven? Ik hoor het graag. Reacties zijn van harte welkom op jeanine@miestekstentraining.nl of via Twitter [@jeaninemies](https://twitter.com/jeaninemies)



**Onze
kinderen**
zullen het beter
hebben dan wij

“Over de aantrekkingskracht van populisten lees je soms baarlijke nonsens. Mensen zouden zich aangetrokken voelen tot extreemrechts of extreemlinks omdat ze bang zijn voor de toekomst. Ze denken dat hun kinderen het minder goed zullen hebben dan zichzelf. Dat is een gedachte waar weinig ouders blij van worden. Daar zet je geen kinderen voor op de wereld. Ik durf te beweren dat die redenering niet klopt. Ik denk dat onze kinderen het straks béter zullen hebben dan wij. Er komt zoveel moois op ons af...” Aan het woord is Wim Verhoeven, hoofdredacteur van *Trends/Tendances*, het meest invloedrijke financieel-economisch tijdschrift van België (met een bereik van 538.200 lezers).

■ Wim Verhoeven

Het klopt dat we op een kantelpunt leven. Het besef groeit dat de economie van het verleden niet die van de toekomst is. Te lang hebben we onze energie uit koolstof en kernenergie van de eerste generatie gehaald. Andere grondstoffen hebben we achteloos ontgonnen en verbruikt. We hebben massaal veel natuurgebieden in schralere landbouwgrond omgezet en we hebben de oceanen overbevaagd. Het moet anders en dat zal ook gebeuren. Sinds de eeuwwisseling stellen we al een heel bijzonder fenomeen vast. In de Verenigde Staten is het verbruik (zowel productie als import) van de voornaamste grondstoffen gedaald in absolute cijfers. Ondanks de pijlsnelle groei van de afgelopen twintig jaar verbruiken de Amerikanen vandaag minder grondstoffen dan in het jaar 2000. Het fenomeen heet dematerialisatie en het heeft vooral met technologische ontwikkelingen te maken. Hoe slimmer je wordt, hoe zuiniger je kan werken zonder

er armer van te worden. Het meest treffende voorbeeld is een blikje frisdrank. Sinds de uitvinding van het conservenblik eind 19de eeuw is dat maar liefst veertien keer lichter geworden. Telkens als de grondstoffen duurder werden, gingen fabrikanten hun blikjes perfectioneren. Nu weegt een blikje van 33 cl nog nauwelijks 12 gram. De mens heeft in zijn geschiedenis van enkele honderdduizenden jaren rasse schreden vooruitgezet telkens als hij een nieuwe energiebron meester werd. Ga maar na: vuur maken, het wiel gebruiken om arbeid om te zetten in energie, wind- en waterkracht, steenkool en stoom, petroleum en kernenergie hebben de welvaart telkens weer een enorme boost gegeven. Nu volgt hernieuwbare energie: onuitputtelijk, bijna gratis en straks ook efficiënt op te slaan in waterstoftanks of batterijen. Die energie kan krachtige computers doen draaien, hypersnelle verplaatsingen mogelijk maken, productiemethoden perfectioneren. Met gratis energie kan je letterlijk naar Mars.

We leven met voortschrijdend inzicht. Mensen veranderen, nieuwe generaties brengen nieuwe inzichten. Dat geldt ook voor de manier waarop we met elkaar omgaan en ons economisch leven organiseren. Steeds meer jonge mensen omarmen een ander waardenpatroon dan de vorige generaties. De grootte van de auto doet er stilaan minder toe. Beleving neemt de plaats in van bezit. Delen wordt belangrijker dan hebben. De technologische ontwikkelingen laten dat ook toe. Het voorbeeld is afgezaagd, maar waar staan de babyboomers met hun enorme collectie vinylplaten of cd's nu ze voor geen geld alle muziek van de wereld kunnen streamen op hun smartphone? Daarom vind ik ook de discussie over de zin en onzin van economische groei nogal misplaatst. Natuurlijk blijft economische groei van belang. Mensen streven naar vooruitgang. Dat zit in onze genen. Vraag is alleen wat economische groei precies inhoudt. Eén auto voor de deur, worden er misschien twee, of drie. Maar het worden er geen zeven, twaalf of twintig. Materiële groei heeft een grens. De groei van de toekomst zit veel meer in het immateriële en in nieuwe diensten waar we vandaag zelfs geen benul van hebben. Ooit hadden we een fototoestel, een zaklamp, een platendraaier en platenkast, een schrijfmachine, een kompas, een rekenmachine, een vaste telefoon, een abonnement op de krant, ... Vandaag hebben we een smartphone. We zitten er veel te veel naar te staren, maar dat wordt bijna logisch als je ziet wat dat ene ding allemaal vervangt en toevoegt.

Ook maatschappelijke inzichten veranderen. Ze leven nog, de generaties jonge vrouwen die destijds niet mochten studeren. Of die hun job moesten opgeven op het moment dat ze trouwden. Kijk toch eens waar we vandaag al staan. Zijn we er? Neen, maar hoeveel vooruitgang hebben we niet geboekt? Sommigen

gaat het ongetwijfeld wat te snel, maar het is bijzonder hoopgevend dat mensen steeds meer als individu worden gezien. We denken minder in hokjes. Wat vrouwen voor elkaar kregen en krijgen, zal ook anderen overkomen die vandaag met een rugzak aan de start verschijnen. De arbeidsmarkt is krap. Elke gram talent zullen we nodig hebben. Je kan dat talent alleen maar benutten als je barrières sloop.

De grootste bedreiging voor economische en maatschappelijke vooruitgang zit in ons hoofd. Nog dit decennium wordt China de grootste economie van de wereld en haar internationale macht groeit navenant. De kracht van de dictatuur kan sommigen in het westen inspireren om ook te evolueren naar een systeem dat efficiënter oogt dan onze ietwat warrige democratie. Zelfs binnen de Europese Unie zie je regimes afglijden. Denk maar aan Hongarije of Polen. Bij elke verkiezing zien we meer volkswroede, meer angst, meer extremen. We hebben Trump gehad en de Brexit. De Franse presidentsverkiezingen worden straks een nieuwe test. Kantelpunten zijn extreem boeiend voor wie met vertrouwen in het leven staat. Voor anderen kan het een bedreiging zijn. Moet ik mijn stukje vlees opgeven? Zal iemand met een andere huidskleur mijn plaats op de arbeidsmarkt innemen? Kan ik straks de rekeningen nog betalen? Vertrouwen in de toekomst is cruciaal. Politici, media, influencers en pressiegroepen zouden moeten verbinden in plaats van te verdelen. Ondernemers zouden hun vooruitgangsoptimisme veel vaker moeten uitschreeuwen. Vakbonden zouden de kaart van de toekomst moeten spelen. Ja, het zal straks anders zijn dan vandaag. Maar het zal beter zijn. Het wordt immers al eeuwenlang beter." ■

Wim Verhoeven, *hoofddirecteur Trends en Kanaal Z*



Hybride en online bijeenkomsten

Faciliteren voor verbinding en positieve communicatie

Vrijwel iedereen is gewend geraakt aan online interactie, of het nu op het werk of privé is, in groepen of een-op-een. De coronamaatregelen hebben voor een razendsnelle verandering gezorgd, maar wat als dat online contact blijvend is? Veel teams geven aan dat ze verbinding missen: er is geen echt contact. Zonder die verbinding is het lastig om te spreken van positieve communicatie. In plaats daarvan lijken online bijeenkomsten te grossieren in eenrichtingsverkeer of efficiënt actiepunten afhandelen. Verbinding en contact zijn een belangrijke basisbehoefte voor menselijk welbevinden. Hoe zorgen we ervoor dat online en hybride bijeenkomsten zowel efficiënt als verbindend zijn?

■ Matthijs Steeneveld



Online, hybride, offline

Allereerst: waar hebben we het over? Ik gebruik de volgende beschrijvingen. Offline is de oudste vorm van contact die we kennen. We bevinden ons op dezelfde tijd en plaats als de mensen met wie we communiceren. Je kijkt elkaar letterlijk in de ogen, je kunt elkaar aanraken. Bij online contact bevinden alle mensen zich op een andere plek en hebben ze live contact via technische hulpmiddelen. Hybride is een mengvorm. Een aantal mensen is op dezelfde locatie aanwezig. Zij hebben contact met elkaar én met andere mensen op afstand. Al deze contacten zijn live: op hetzelfde moment. In dat geval spreken we van synchroon contact. Asynchroon contact betekent dat zender en ontvanger niet tegelijkertijd bezig zijn. Jij zet een aantal ideeën op de mail naar een collega, die er later weer naar kijkt. Ook dit artikel is asynchrone communicatie tussen mij als auteur en jou als lezer.

Behoeftes aan verbinding en meer

Natuurlijk, het ontbreken van verbinding is voor velen hét thema van online. Volgens de zelfdeterminatietheorie van Deci & Ryan is verbinding dan ook een van de psychologische basisbehoeftes. De andere twee basisbehoeftes zijn autonomie en competentie. Maar waarom zijn die basisbehoeftes belangrijk? Volgens de zelfdeterminatietheorie hebben mensen een natuurlijke neiging om te ontwikkelen en te floreren. Dat gaat echter niet vanzelf: de omstandigheden moeten kloppen. Anders gezegd: er moet aan enkele basisbehoeftes worden voldaan. Als we kijken naar online contact zien we dat die basisbehoeftes niet vanzelfsprekend vervuld worden, maar óók niet automatisch ontbreken.

Autonomie is de behoefte om zelf sturing te geven aan je leven. Dat gaat bijvoorbeeld om wat je doet en hoe je dat doet. Nu we kijken

naar 'het nieuwe normaal' is de vraag of online contact een vrije keuze is, of dat het wordt opgelegd door bijvoorbeeld de werkgever. Daarnaast kun je kijken naar de keuzemogelijkheden. Op het hoogtepunt van de lockdown was er simpelweg geen keuze. Nu biedt online je soms juist meer keuzemogelijkheid: wil je die internationale opleiding volgen zonder reistijd of niet?

Competentie draait om de match tussen je vaardigheden en vermogens enerzijds en wat er van je wordt gevraagd anderzijds. Zeker voor hybride bijeenkomsten (maar ook online) is de vraag in hoeverre alle betrokkenen zich vaardig voelen om deel te nemen. Als docent in een hybride les zul je zowel de offline als online aanwezigen moeten bereiken. Heb je weinig kennis, ervaring of voorbereidingstijd, dan wordt de behoefte aan competentie waarschijnlijk niet vervuld.

Verbondenheid tot slot is de behoefte aan relaties, gezien worden, iets voor een ander betekenen. Als je enkel online contact hebt, is het lastig om je gezien te voelen. Toch is dat niet het hele verhaal. Denk maar aan jongeren en volwassenen die zich in een online gamecommunity juist wel gezien en gewaardeerd voelen. Offline contact zal voor velen 'echter' voelen, maar dit voorbeeld laat zien dat ook verbondenheid online niet zwart-wit is.

Enerzijds is het logisch dat in online contact niet zo eenvoudig wordt voldaan aan deze drie basisbehoeftes. Anderzijds is het zeker niet zo dat de basisbehoeftes online niet vervuld kunnen worden. Wat mij betreft draait positieve communicatie – offline én online – om floreren en persoonlijke groei. De drie basisbehoeftes zijn een waardevol hulpmiddel om te begrijpen waarom online en hybride mis kan gaan en vervolgens tóch die positieve communicatie te realiseren.

De valkuilen van online & hybride contact

Neem een minuut de tijd en schrijf de meest tegenvallende online contacten op. Zoek zeker drie verschillende voorbeelden waarin jij geen verbinding, geen contact ervaarde.

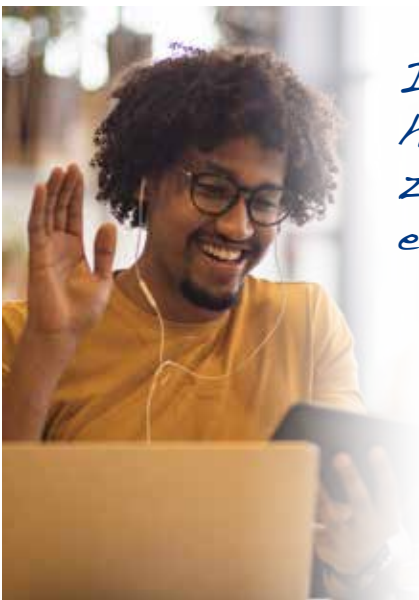
Ga vervolgens jouw voorbeelden langs met de drie basisbehoefes als maatstaf. Vraag jezelf bij elke tegenvaller af: in hoeverre ervaarde je autonomie, competentie, verbondenheid? En in hoeverre denk je dat de andere deelnemers aan dat contact die drie basisbehoefes ervaarden?

Deze simpele reflectie geeft waarschijnlijk al aardig wat inzichten in wat er mis kan gaan bij een online of hybride contact. Een kort overzicht van mogelijke valkuilen gerelateerd aan de zelfdeterminatietheorie.

- Deelnemers krijgen geen inspraak in óf ze deel willen nemen en waar de bijeenkomst over moet gaan (autonomie).
- Tijdens het contact krijg je geen gelegenheid om te zeggen wat jij kwijt wilt (autonomie).

- Sommige deelnemers zijn onbekend met de gebruikte programma's, waardoor ze niet mee kunnen doen aan sommige oefeningen in de training (competentie).
- Het tempo van de meeting ligt enorm laag, omdat sommigen steeds uitleg nodig hebben over bepaalde functies terwijl anderen dat allang begrijpen (competentie).
- Er is geen ruimte voor informele gesprekken en sociale interesse, er worden alleen actiepunten in hoog tempo afgewerkt (verbondenheid).
- Alles wordt in een grote, plenaire groep besproken, waardoor steeds dezelfde paar personen aan het woord zijn (verbondenheid).

Een andere typische valkuil draait om ervaren zinloosheid. Denk aan een teamoverleg dat nergens toe leidt, bijvoorbeeld omdat besluiten steeds weer bevestigd worden. Ook een gebrek aan steun en hulpmiddelen, bijvoorbeeld vanuit de organisatie, is een groot probleem gebleken. Denk aan docenten die zonder extra voorbereidingstijd hun onderwijs hybride moesten vormgeven.



Ik verwacht dat online en hybride contact een onderdeel zal blijven van hoe we met elkaar communiceren

De voordelen van online

Gelukkig is het niet alleen kommer en kwel. Er zijn schitterende voorbeelden van positieve communicatie in online bijeenkomsten. Dat hangt deels af van het (gebrek aan) alternatief: als je binnen moet blijven, is online contact een lijntje met de buitenwereld. In mijn ogen is online en hybride contact echter meer dan 'beter dan niks'. Dat blijkt wel uit de volgende voorbeelden.

Als online en hybride samenkomen gebruikelijker is, dan opent dat deuren voor iemand met een fysieke beperking. Diegene kan er nog steeds voor kiezen om lijfelijk aanwezig te zijn. Helaas is dat ook in Nederland lang niet altijd het geval. Pittoreske locaties zonder lift of invalidentoilet, of plekken die slecht bereikbaar zijn met eigen auto of juist met openbaar vervoer. Voor deze mensen wordt de autonomie en mogelijkheid tot verbinding juist vergraot. Hetzelfde geldt voor organisaties met een hoofdkantoor en kleinere teams verspreid over het land. Online en hybride maakt aanwezig zijn laagdrempeliger. Andere voordelen van online contact zijn de besparing in reistijd, kosten en milieu-impact. Internationale organisaties verwachten geregeld 50% minder te vliegen in 'het nieuwe normaal'.

Daarnaast vergeten we in onze hang naar écht contact ook makkelijk de beperkingen daarvan. Was al het 'echte' contact nou een toonbeeld van positieve communicatie? De vergadering waar iedereen op leegloopt, het congres waarbij een spreker verzandt in een eindeloze monoloog, de borrel waar nooit eens aandacht was hoe het echt met iemand gaat. Positieve communicatie ontstaat niet automatisch als we samen in een ruimte zitten. Het interessante is dat online en hybride contact daarbij juist onverwachte voordelen kan bieden, zoals hieronder te lezen. De conclusie wat mij betreft is dat de vorm (online of offline) slechts een factor is in hoe we met iemand in contact zijn.

Hoe dan wel?

Autonomie, verbondenheid en competentie zijn goede aandachtspunten om zulke gebrekkige communicatie tegen te gaan. Maar hoe breng je dat in praktijk in een bijeenkomst? Het gedachtegoed van *liberating structures* geeft raad. Lipmanowicz en McCandless (2014) beschrijven in hun boek wat er nodig is voor energieke bijeenkomsten waar alle deelnemers betrokken en geactiveerd worden. Dat vraagt om twee schijnbaar tegenstrijdige dingen: *structuur* en *vrijheid*.

Enerzijds wil je deelnemers vrijheid bieden, bijvoorbeeld om de inhoud van de bijeenkomst te bepalen. Daarmee geef je autonomie. Anderzijds kun je door middel van structuur het voor deelnemers makkelijker maken om hun bijdrage te leveren en actief mee te doen. Structuur zie je terug in werkvormen – een vragenronde, een oefening, een gesprek in kleine groepjes. Daarmee maak je het voor alle betrokkenen eenvoudiger om op een positieve, constructieve manier hun bijdrage te leveren. Dat vervult de behoefte aan competentie. Je hoeft niet je plek te veroveren om wat te mogen zeggen, maar kan jouw ideeën op een heldere manier kwijt. Structuur en vrijheid samen maken verbinding mogelijk. Er ontstaan leuke en productieve interacties met collega's of medestudenten.

Praktische tips voor positieve communicatie en verbinding online

Zorg er in de voorbereiding voor dat mensen kunnen kiezen of ze meedoen. Heb je een verplichte bijeenkomst? Online kunnen mensen makkelijk inloggen terwijl ze andere dingen doen: mail checken, de was vouwen, noem maar op. Geef ze liever de vrijheid om afwezig te zijn. Haken mensen af? Ga in gesprek wat voor hen de bijeenkomst wel de moeite waard zou maken.

Sowieso is het goed om deelnemers inspraak te geven over de inhoud. Laat ze voorafgaand aan een training vragen stellen, bijvoorbeeld in een online omgeving. Laat zien dat je het meent! Krijg je geen reacties? Bel eens een paar mensen op en bevrage ze. Of start de meeting met de vraag: stel dat deze sessie jou precies brengt wat je nodig hebt, welk verschil zou je dan bemerken?

Stimuleer interactie tussen mensen. Positieve communicatie en verbinding ontstaat het makkelijkste in klein gezelschap, zo'n 2 tot maximaal 6 personen. Dat geeft de mogelijkheid tot goede gesprekken. Break-out rooms zijn een mogelijkheid, maar er kan meer. Laat een deelnemer in de zaal bijvoorbeeld bellen met iemand die vanuit huis werkt. Laat mensen wandelend bellen. Of laat mensen zelf kiezen in welk groepje ze willen plaatsnemen, bijvoorbeeld op een gedeelde interesse of vraag.

Geef voorrang aan de (online!) deelnemer. Als trainer, teamcoach, facilitator, voorzitter is het goed om te beseffen: de bijeenkomst draait zelden om jou. Natuurlijk ben je een belangrijke spil. Het succes van de bijeenkomst gaat echter om de deelnemers. Hebben zij iets geleerd, iets bedacht of iets met elkaar gedeeld? Je moet soms sturing geven, al is het maar om te zorgen voor die vrijheid en structuur. Maar onthoud dat de bijeenkomst draait om de deelnemers. Werk je hybride? Zet dan de online deelnemer op de eerste plek. Mensen in de zaal voelen zich doorgaans makkelijker verbonden. Beantwoord bijvoorbeeld eerst de online vragen.

Tot slot: maak het ook leuk. Positieve emoties helpen ons om te verbinden. Offline

gebeurt dat vaak bij de spreekwoordelijke koffieautomaat. We delen wat we dit weekend hebben gedaan en maken grappjes. Zorg dus dat je online en hybride ook ruimte maakt voor die positieve gevoelens. Maak grappen, doe een gekke energizer of plan tijd voor informele contacten.

Conclusie

Positieve communicatie draait om verbinding met elkaar. Hoewel dat online anders kan voelen, zitten er ook voordelen aan. Ik verwacht dat online en hybride contact een onderdeel zal blijven van hoe we met elkaar communiceren. Positieve psychologie biedt ons inzichten om daar het beste van te maken. Door de autonomie, competentie en verbondenheid van alle betrokkenen in het oog te houden, kunnen we voor goede online en hybride bijeenkomsten zorgen. ■

Noten

- Deci & Ryan zijn de grondleggers van de zelfdeterminatietheorie. De website www.selfdeterminationtheory.org is een overzichtelijk startpunt over deze theorie. Met een schat aan informatie, referenties en meer.
- Lipmanowicz, H. & McCandless, K. (2014). *The surprising power of liberating structures: simple rules to unleash a culture of innovation*. New York: Liberating Structures Press.

Matthijs Steeneveld is positief organisatiepsycholoog. Dit najaar komt het boek *HYBRIDE BIJEENKOMSTEN Praktische gids voor effectief en sprankelend samenwerken* (Boom, 2021) uit, dat hij samen met Annemieke Mintjes en Martha Buning schreef. Dit boek richt zich op hoe je de online en hybride interactie vormgeeft. www.msteeneveld.nl/hybride



Belang van
positief
communiceren &
verbinden

Ook in het geschrift

Begin mei 2021 stond in de Harvard Business Review (HBR) een artikel met de veelzeggende titel *Don't Underestimate the Power of Kindness at Work*. Aanleiding voor het artikel is de grote hoeveelheid online vergaderingen sinds de COVID-pandemie. Doordat veel van het contact nu op afstand plaatsvindt, zowel synchroon via video calls als asynchroon via e-mail en chats, richten veel leidinggevendenden zich op het hoog houden van de productiviteit.

■ Marcel Herwegh & Anne Ribbers

Volgens de auteurs zouden ze in plaats daarvan meer aandacht moeten geven aan *kindness* oftewel vriendelijkheid, omdat dit de werkplek (zelfs op afstand) zou kunnen transformeren naar een gemotiveerde omgeving. Als online begeleidingsprofessionals die wereldwijd werken met leidinggevendenden en hun medewerkers, kunnen wij dit standpunt van harte onderschrijven. In dit artikel beschrijven we hoe je met behulp van kennis over onze hersenen, de drie menselijke basisbehoeften en de universele *politeness theory* krachtige positieve online communicatie op de werkvloer vorm kunt geven.

Schermvermoeidheid en gebrek aan verbinding

Sinds de start van de pandemie gaan onze online gesprekken met leidinggevendenden regelmatig over de worsteling met het leidinggeven op afstand. Hoe weten ze of de medewerkers doen wat van hen verwacht wordt en hoe kunnen ze het werkproces ondersteunen? Medewerkers op hun beurt klagen over schermmoeidheid en gebrek aan verbinding met collega's en leidinggevendenden. Ondanks de behoefte aan meer verbinding, lijkt

het erop dat veel bedrijven de schermmoeidheid proberen tegen te gaan door online vergaderingen korter en zakelijker te maken. De focus op de vergaderagenda vermindert de kans op ander contact dan alleen feitelijke uitwisseling waardoor de afstand juist vergroot (Sezer, Nault & Klein, 2021).

In ons werk zien we dat bij veel leidinggevendenden, ongeacht hun niveau, de verhouding tussen taak- en relatiegerichtheid uit balans is en overhelt naar de taakkant. Wij spreken in onze dagelijkse praktijk veel leidinggevendenden die het zo druk hebben dat ze daardoor te weinig tijd aan hun teams besteden. Regelmatig uiten ze hun frustratie dat medewerkers, ondanks hun royale salaris, onderpresteren. De opvatting dat een goed salaris automatisch tot productiviteit leidt, is voor veel leidinggevendenden nog steeds gemeengoed (Lieberman, 2013). Ze onderschatten het belang van relaties voor het welbevinden en de motivatie van hun teamleden. In een poging de productiviteit van hun teamleden te verhogen, sturen ze nog meer op prestaties of gaan micro-managen door bovenmatig te controleren op productiviteit. Zo verliezen ze nog verder de verbinding met het team, wat de motivatie van me-

dewerkers nog verder doet dalen. Uit onderzoek van leiderschapsexpert John H. Zenger (Lieberman, 2013) naar leiderschapseffectiviteit, bleken leiders, die volgens hun werknemers alleen hoog scoorden op 'focus op resultaat' slechts 14% kans te hebben om tot de top 10 van beste leiders gerekend te worden. Wanneer ze naast 'focus op resultaat' ook hoog scoorden op 'het bouwen van relaties' hadden ze daar 72% kans op. Het verzakelijken van online gesprekken en minder tijd besteden aan het onderhouden van relaties heeft dus een contraproductief effect op de productiviteit.

Op zoek naar de verbinding

Als onderdeel van hun leiderschapsprogramma kregen leidinggevenden van een grote organisatie coaching aangeboden. Een van hen vertelde in de intake dat hij moeite had met zijn team. Het gezamenlijk oppakken van trajecten werd bemoeilijkt, doordat er veel wantrouwen en concurrentie was tussen de teamleden. Hij was vastbesloten en gemotiveerd om dat te veranderen en wilde de coaching gebruiken om zijn leiderschapsvaardigheden te versterken. Opmerkelijk genoeg stond in het ontwikkelplan voor het komende jaar, het geven van complimenten aan zijn team pas gepland voor het vierde kwartaal. Hij gaf prioriteit aan het structureren van de werkzaamheden en het aanbrengen van een duidelijker rolverdeling, voordat hij in kwartaal drie zijn coachvaardigheden ging ontwikkelen en vond dat hij toe was aan het geven van complimenten.

Het fysiologische belang van positieve communicatie

Als we communiceren, activeren onze hersenen een *neuro-chemische cocktail*, die ons een goed of slecht gevoel geeft. Die innerlijke ervaring beïnvloedt onze woorden, zinnen en verhalen (Glaser, 2014). Gesprekken die een goed gevoel

opwekken, leiden tot hogere niveaus van dopamine, oxytocine, endorfine en andere biochemische stoffen die ons een gevoel van welzijn geven. Gesprekken die onprettig of bedreigend voelen geven ons een slecht gevoel, doordat de productie van het stresshormoon cortisol wordt geactiveerd (Glaser, 2014).

Onderzoek in de neurowetenschappen heeft aangetoond dat het ontvangen van oprechte lof dezelfde gebieden in onze hersenen – het ventrale striatum (beloningscircuit) en de ventrale mediale prefrontale cortex (emotieregulatie) – activeert die tevens worden geactiveerd wanneer we geld of romantische aandacht ontvangen. Met andere woorden, ook het geven van erkenning activeert het beloningscircuit in onze hersenen (Bhanji & Delgado, 2014).

Deze bevindingen bevestigen het wereldwijd bekende werk van Daniel Goleman. In zijn baanbrekende boek uit 1995 over emotionele intelligentie beschrijft hij reeds hoe wij omgaan met gevaar en beloning binnen een sociale context. Zo beschrijft hij dat wanneer iets als bedreigend wordt ervaren, we ons van anderen afkeren en gaan vermijden. Door de productie van het stresshormoon cortisol in de hersenen reageren we met vluchten, vechten of bevriezen. Soms gaan we letterlijk vechten of rennen we weg, maar meestal manifesteert het gedrag zich in mildere vormen als geslotenheid, angst, ongeïnteresseerdheid of oordelen (Goleman, 1995). Wanneer we iets als prettig ervaren, maken onze hersenen dopamine, noradrenaline en natuurlijke opiaten aan (Hanson, 2018). Dit maakt dat we ontspannen en goedgehumeurd zijn, omdat het lichaam de boodschap krijgt dat we veilig zijn. In deze staat openen we ons met interesse voor onze omgeving.

Waarom is dit belangrijk? De *self-determination theory* of zelfbepalingstheorie van de psycholoog-onderzoekers Edward Deci en Richard Ryan (1985, 2000) toont aan hoe belangrijk de drie psychologische basisbehoeftes autonomie,

verbondenheid en competentie zijn voor ons als mensen. Zelfbepaling is een theorie over menselijke motivatie. De theorie kijkt naar de inherente, positieve neiging van mensen om zich te ontwikkelen en schetst drie kernbehoeften die deze groei vergemakkelijken. Positieve communicatie en het regelmatig uiten van waardering dragen bij aan het tegemoetkomen van deze behoeften die elke mens heeft. Positieve erkenning krijgen in de vorm van een compliment of waardering voor je werk, is belangrijk om je veilig, goed en zeker te voelen en verbinding met anderen te voelen. Wanneer we erkenning krijgen voor onze bijdrage of kwaliteiten, bekrachtigt dit onze behoefte aan competent zijn. Het verschaft een mate van zekerheid, doordat

geven of extra naar diegene te glimlachen. Als je online naar één persoon glimlacht, glimlach je meteen naar iedereen tegelijk (wat we iedereen overigens aanraden). En als je die grappige collega een persoonlijk chatbericht wilt sturen, moet je twee keer kijken om niet per ongeluk op 'to everyone' te klikken.

Het interpersoonlijke contact is meer verschoven naar mailtjes, appjes en alle vormen van online berichten. Ook in deze vorm van contact is het behouden van positieve communicatie een sterk middel om te blijven beantwoorden aan die basisbehoeften van de mens en om het engagement van de mensen om je heen te blijven bekrachtigen en stimuleren.



Positieve communicatie is geen 'nice to have' maar een 'must have' in deze uitdagende wereld waarin we leven

we weten welk gedrag gewaardeerd wordt en we inclusie voelen. Het verhoogt het gevoel van verbondenheid tot de ander.

Online, verbinding makkelijker maken in tekst

Terug naar de (online) werkcontext. In de nieuwe onlinewereld praten we veel minder na aan het eind van een overleg en valt ook het elkaar tegenkomen bij de koffieautomaat weg. We hebben minder spontane momenten om met een blik, een glimlach of een blijk van waardering de ander te bevestigen of zelf bevestigd te worden. Het aanstoten van de collega naast je in het overleg om je erkenning voor diens bijdrage duidelijk te maken, zit er dan niet in. Hoewel je elkaar ziet in een video-overleg, is het lastiger om iemand persoonlijk aandacht te

Hoe geef je nu voldoende aandacht aan positieve communicatie in geschreven vorm? Want ook in deze online en vaak asynchrone dynamiek is het van belang de positieve communicatie te blijven honoreren omdat het regelmatig uiten van onder andere waardering bijdraagt aan het tegemoetkomen van deze basisbehoeften die elke mens heeft.

Allereerst, start met het bewustzijn dat je in elke vorm van communicatie, of het nu gesproken of geschreven is, in contact bent met een ander mens, die dezelfde basisbehoeften kent als jijzelf. Ten tweede, ga bewuster om met taal. De taalwetenschappers Brown & Levinson (1987) hebben een prachtige taaltheorie uiteengezet – *the politeness theory* – waarin vrij overzichtelijk wordt uitgelegd hoe mensen van over heel de

wereld in hun taalgebruik relaties opbouwen en door het strategisch inzetten van taal de afstand tot de ander kunnen vergroten of verkleinen. Deze theorie sluit mooi aan bij drie psychologische basisbehoeften van de mens zoals geïdentificeerd door Deci & Ryan. Het centraal aspect van de politeness theory is namelijk wederzijds gezichtsbehoud, een menselijke basisbehoefte waarbij twee sleutelfactoren een rol spelen. Enerzijds willen mensen het gevoel hebben dat ze hun eigen ruimte hebben (autonomie), en daarom houden ze voldoende afstand van anderen. Anderzijds kunnen mensen zich niet in totale afzondering ontwikkelen (verbondenheid).

Communicatie is volgens Brown & Levinson een voortdurend proces van balanceren tussen de behoefte aan eigen gezichtsbehoud vanuit autonomie en het gezichtsbehoud van de ander die zorgt voor verbinding. De politeness theory is door Ribbers & Waringa (2012) toegepast op de online (coaching) dialoog waar zij binnen

eCoachPro in de afgelopen jaren bijzondere expertise in hebben opgebouwd. De kern van deze aanpak gaat over hoe je verbindend schrijft naar de ander en daarbij rekening houdt met de eerdergenoemde psychologische basisbehoeftes. Een van de middelen om met de ander te verbinden zonder deze persoon te zien, is door gebruik te maken van taalstrategieën die gericht zijn op toenadering. De vijftien verschillende toenaderende taalstrategieën, waaronder bijvoorbeeld optimistisch zijn of overeenstemming zoeken, die wij opgenomen hebben in deze methodiek, verkleinen de sociale afstand tussen mensen die in gesprek zijn, door rekening te houden met de behoeften van de ander.

eCP-methode voor online begeleiding

De eCoachPro methodologie is in de basis ontwikkeld voor begeleiders zoals coaches, psychologen en eenieder die in het werk persoonlijke (werk)relaties opbouwt met een ander. De methodologie focust in de kern op de begelei-

ECOACHPRO METHODIEK BEWUST OMGAAN MET TAAL EN RELATIE

PROCES 1 LEZEN	BESLUIT NEMEN TOT (RE)ACTIE <i>Wanneer lees je het bericht en besluit je erop te reageren?</i>	STAP 1
COMMUNICATIE	FORMULEREN ERKENNING/COMPLIMENT <i>Een eerste positieve impressie van het gedrag of de eigenschappen van de cliënt in relatie tot diens ontwikkeling.</i>	STAP 2
VAN DE CLIËNT	NAUWKEURIGE TAALANALYSE (TAALHANDELINGEN) <i>Wat probeert de cliënt te bereiken met de inhoud van het bericht?</i>	STAP 3
PROCES 2 SCHRIJVEN	BEPALEN VAN KERNBODSCHAP (ABC-MODEL) <i>Baseer de inhoud van de boodschap op de fase (onderzoeken, oefenen met nieuw gedrag, validatie duurzame gedragsverandering) waarin de coaching zich bevindt.</i>	STAP 4
COMMUNICATIE	BEPALEN VAN HET MEDIUM <i>Welk medium (face-to-face, video, telefoon, chat of tekstbericht) past het best bij de kernboodschap?</i>	STAP 5
VAN DE COACH	FORMULEREN KERNBODSCHAP (TAALSTRATEGIE) <i>Gebruik bij geschreven berichten toenaderingsgerichte taalstrategieën (bijvoorbeeld: zoek overeenstemming).</i>	STAP 6
	INRICHTEN BERICHT <i>Gebruik een heldere indeling en nodig uit tot reactie door verwachtingsmanagement en een positieve afsluiting.</i>	STAP 7
	CONTROLLEREN BERICHT <i>Is wat er staat relevant, beknopt, correct en duidelijk?</i>	STAP 8

© RIBBERS & WARINGA 2014

Figuur 1. Bewust omgaan met taal en relatie. Bron: Ribbers & Waringa, 2014.

dingsconversatie die asynchroon plaatsvindt en voornamelijk via het geschreven woord. Buiten het strategisch inzetten van 'toenaderende taalstrategieën' met als doel de sociale afstand te verkleinen, laat figuur 1 zien hoe ieder bericht dat wordt uitgewisseld tussen begeleider en cliënt zorgvuldig wordt opgebouwd. Na het lezen van het bericht van de cliënt wordt standaard een positieve bekrachtiging geformuleerd in de vorm van een erkenning of compliment. Vervolgens wordt gekeken wat de cliënt met diens bericht tracht over te brengen en daarop wordt de kernboodschap van de begeleider gebaseerd. Deze kernboodschap wordt gevolgd door een motiverende zin om de cliënt te activeren te reageren. Hier wordt vaak opnieuw gebruikgemaakt van een toenaderingsgerichte strategie. Tot slot wordt het bericht getoetst op correctheid, relevantie en leesbaarheid, zodat de boodschap van de begeleider helder overkomt (Ribbers & Waringa, 2012).

Uit de praktijk

Een van onze coaches kreeg voorafgaand aan het eerste coachgesprek een mail van een coachcliënt met uitleg over haar vraagstuk. De coach stuurde, geheel in de stijl van onze methodiek, een reactie die begon met een positieve bekrachtiging. Ze schreef dat de cliënt haar situatie krachtig had beschreven, dat dit getuigde van zelfreflectie en dat ze met plezier samen met dit vraagstuk aan de slag zou willen gaan. Tijdens hun eerste videogesprek vertelde de coachcliënt dat ze de mail van de coach een aantal keer had teruggelezen, omdat ze zich zo gezien en gehoord had gevoeld, zelfs zonder dat ze de coach kende.

Conclusie

Positieve communicatie is geen 'nice to have' maar een 'must have' in deze uitdagende wereld waarin we leven. Zoals de auteurs in HBR stellen, zou men meer aandacht moeten geven

aan *kindness* oftewel vriendelijkheid, omdat dit de relaties op de werkplek (zelfs op afstand) zou kunnen versterken. Deze aandacht is ook online en in geschreven vorm te geven. We hebben dus elke dag de kans om ook online en op afstand de ander positief te bevestigen en/of te bekrachtigen in onze communicatie en zodoende in diens basisbehoeften tegemoet te komen. Deze vorm van *kindness* is niet alleen toe te passen door leidinggevend, maar ook in de dagelijkse communicatie als collega's onderling en zelfs buiten het werk.

Van begeleiders die met deze methodiek werken, horen we steevast terug, dat het bewust inzetten van positief en bekrachtigend taalgebruik in hun directe en geschreven communicatie niet alleen hun begeleiding, maar ook hun persoonlijke relaties heeft verbeterd. Zodra je de kracht van positieve communicatie hebt ervaren, is het niet langer een vaardigheid, maar een levensstijl, die al je relaties verrijkt. Zo lukt het ons steeds vaker in het midden van een ruzie of meningsverschil adem te halen en het (online) gesprek op een vriendelijke manier te vervolgen. ■

Drs. Marcel Herwegh, heeft een achtergrond in culturele antropologie, kunst en onderwijskunde en is Professional Certified Coach (International Coaching Federation). Sinds 2011 is hij verbonden aan eCoachPro als e-coach, trainer en supervisor en ondersteunt hij internationale professionals in het ontwikkelen en versterken van e-begeleidingsvaardigheden. Zijn uitgangspunt voor leiderschapontwikkeling is eerlijke en verbindende communicatie.

Drs. Anne Ribbers is psycholoog en co-oprichter van eCoachPro. Als managing partner en directeur coaching & ontwikkeling stuurt ze een globaal coachteam aan van 80 coaches die wereldwijd leiderschapontwikkeling ondersteunen. Anne heeft meerdere publicaties op haar naam staan en won in 2010 met co-oprichter Alexander Waringa een subsidie van

ZonMW voor een onderzoek over e-coaching voor leiderschapontwikkeling. Zij werkt zelf als executive e-coach en leiderschapstrainer. www.ecoachpro.nl

Referenties

- Brown, P., & Levinson, S. (1987). Some universals in language usage. *Studies in Interactional Sociolinguistics*, 4.
- Bhanji, J.P., & Delgado, M.R. (2014). The social brain and reward: Social information processing in the human striatum. *Wiley Interdiscip Rev Cogn Sci*. 5(1):61-73. doi: 10.1002/wcs.1266.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Plenum Publishing.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11, 227-268.
- Glaser, J. E., (2014). *Conversational Intelligence*. New York. Bibliomotion, imprint of the Taylor and Francis group.
- Goleman, D. (1995) *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*. New York: Bantam Books.
- Hanson, F., & Hanson, R. (2018). *Resilient: How to Grow an Unshakable Core of Calm, Strength, and Happiness*. New York: Harmony Books.
- Lieberman, M. D. (2013). *Social: Why Our Brains Are Wired to Connect*. New York: Crown Publishers Books.
- Ribbers, A., & Waringa, A. (2012). *E-coaching: Direct aan de slag met het nieuwe coachen* Amsterdam: Boom.
- Sezer, O., Nault, K., & Klein, N. (2021, 7 mei). *Don't Underestimate the Power of Kindness at Work*. Geraadpleegd op 6 juni 2021, van <https://hbr.org/2021/05/dont-underestimate-the-power-of-kindness-at-work>



SAVE THE DATE

CONGRES POSITIEVE PSYCHOLOGIE

POSITIEF WERKEN

4 Keynotes - 7 inspirerende sessies - Jaarlijks snel uitverkocht

Keynotes:

- Prof. dr. *Evangelia Demerouti*
- Prof. dr. *Arnold Bakker*
- Filosoof *Jochanan Eynikel*

Afsluiting met: *Filosoof Damiaan Denys*

14 OKT '21

Locatie:

REEHORST, EDE

WWW.POSITIEVEPSYCHOLOGIECONGRES.NL



Design

Pieter Desmet is hoogleraar Positive Design aan de TU Delft. Met collega's en studenten van het Delft Institute of Positive Design exploreert hij hoe ontwerpers een positieve bijdrage kunnen leveren aan het welzijn van individuen en gemeenschappen. In zijn terugkerende rubriek beschrijft hij inspirerende welzijn-gedreven producten die zijn ontworpen door studenten Industrieel Ontwerpen.

Mix-A-Body-Match

Een spel voor families in India over het taboe op menstruatie

Een korte post op Facebook. Toen ze het las, had ontwerper Petra Salarić niet kunnen voorzien hoe groot de impact daarvan zou blijken te zijn op haar keuzes als ontwerper. Het berichtje refereerde naar een project over de invloed van beeldvorming in de media op de stigmatisering van menstruatie. Dit zette Petra aan het denken. Ze realiseerde zich hoe weinig ze eigenlijk zelf wist over dit onderwerp en over de invloed van menstruatie op haar eigen leven. Dat inzicht, zo vertelde zij mij later, ontwaakte bij haar een gevoel van verantwoordelijkheid; het gevoel dat ze hier iets mee moest doen, als vrouw én als ontwerper. Dat was de start van een geweldige ontwerpreeks. Ze dook in de historie van menstruatie, bestudeerde heilige geschriften en deed veldwerk in India. En dit alles bracht ze samen in Mix-A-Body-Match: een progressief kaartspel over de puberteit voor ouders en hun kinderen.

■ Pieter Desmet

T aboe op menstruatie

Na het lezen van de Facebook post volgde Petra het vak *Design for Emerging Markets*, en zag daarin een kans om zich verder te verdiepen in het onderwerp menstruatie. Als context koos ze voor India. Menstruatie heeft een

complexe betekenis in deze diverse samenleving met een bijzonder rijke cultuur. Ze interviewde zowel Indiase vrouwen als mannen om inzicht te krijgen in hoe menstruatie verschillende aspecten van het leven van vrouwen in India beïnvloedt, met bijbehorende sociale stigma's en gezondheidsproblemen. Een belangrijk in-

zicht uit deze eerste interviews was dat om deze problemen goed te kunnen adresseren, het essentieel is om mannen erbij te betrekken. India is een patriërchaal land en mannen hebben een grote invloed op het leven van vrouwen, maar ze hebben veelal niet de benodigde kennis over menstruatie om vrouwen te kunnen ondersteunen.

De volgende stap was een reis naar India. Petra was inmiddels dermate gegrepen dat ze het onderwerp koos als startpunt voor een afstudeerproject. Ze dook in de geschiedenis van menstruatie in India, in relatie tot religie, media, traditie, onderwijs, opvoeding en familie. Ze sprak met experts, docenten, artsen en families. In deze complexe, cultureel gelaagde samenleving heersen nog sterke taboes op menstruatie. Het beeld is eeuwenlang gevormd door verschillende invloeden, zoals religie en traditionele opvoeding, en tevens mythes gecreëerd door het gebrek aan kennis en geïreven door angst.

Er is geen gereguleerd onderwijs over puberteit, en meisjes leren veelal niet hoe ze op een veilige en gezonde manier met hun menstruatie om kunnen gaan.

De familie als basis

Petra ging de uitdaging aan om een ontwerp te maken voor voorlichting over menstruatie waar mannen bij betrokken zijn. Omdat menstruatie in India een zeer gevoelig onderwerp is, was het belangrijk om te werken in een veilige context. Dit bracht haar focus op het gezin. Familierelaties zijn van groot belang in de Indiase samenleving, en de manier waarop menstruatie in het ouderlijk huis wordt benaderd, heeft een sterke invloed op de beleving van meisjes. In haar onderzoek zag ze een verband tussen de positieve houding van meisjes ten opzichte van menstruatie en hun vrijheid om met beide ouders daarover te praten, ook voordat het aan de orde is. Ze stelde zich daarom als doel iets te ontwerpen dat het gesprek faciliteert tussen



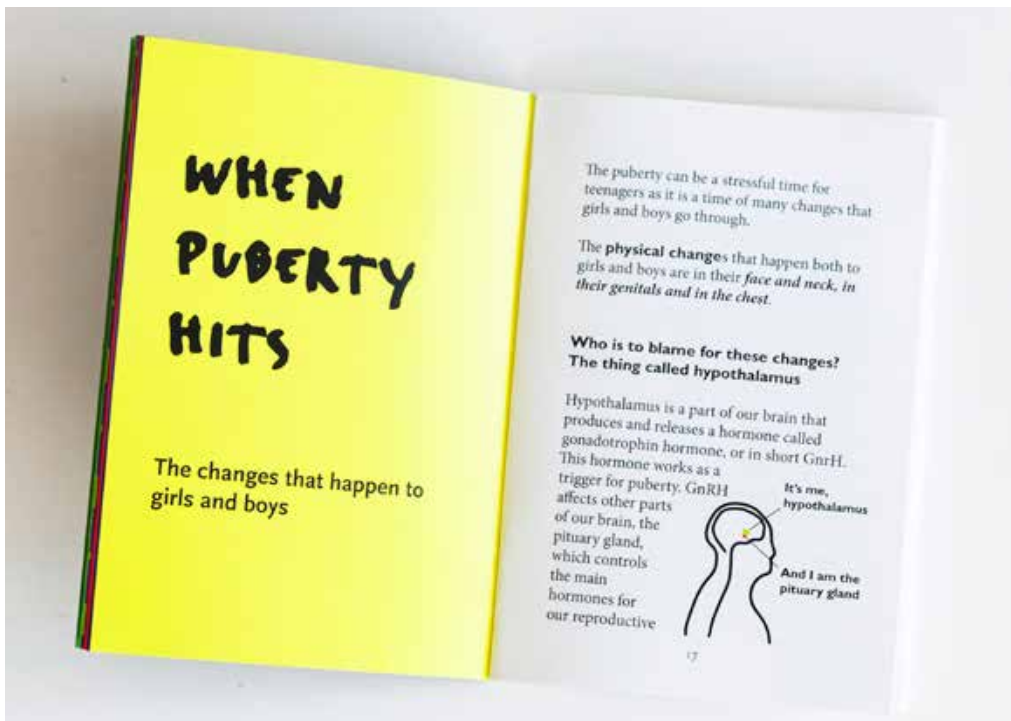
Afbeelding 1. Het Mix-A-Body-Match kaartspel

alle gezinsleden voorafgaand aan de eerste menstruatie van het meisje. Dus niet alleen dochter-moeder maar ook vader en eventueel

broers en zussen. De keuze kwam al snel op een spel omdat je daarmee kunt werken met een luchtige manier van interacteren.



Afbeelding 2. Voorbeelden van kaart mixen



Afbeelding 3. Voorbeeldpagina's in het uitleg-boekje



Afbeelding 4. Voorbeeldpagina's in het uitleg-boekje

Het spel

De kracht van een spel is dat het gezinsleden op een onnadrukkelijke manier bij elkaar brengt met een leuke activiteit. Het werkt als ijsbreker voor het adresseren van het gevoelige onderwerp, in de context van een positieve sfeer. Voor het ontwerp werkte Petra nauw samen met negen gezinnen uit Bangalore. Zo ontstond een kaartspel: Mix-A-Body-Match. De kern is een set van 75 kaarten. De vormgeving is gebaseerd op patronen en kleurcombinaties van Indiase sari's. Op iedere kaart staat een tekening. Sommige refereren naar veranderingen in de puberteit (zoals borsthaar, sperma, menstruatie, lichaamsgeur, en borstgroei), en anderen zijn algemeen (zoals pollepel, slipper, zon, dansen, bloem, en oor). De doos bevat ook een boekje met de spelregels, uitleg over de betekenis van de afbeeldingen, en wat meer informatie over puberteit en menstruatie. Het spel is heel eenvoudig. De kaarten wor-

den verdeeld over de deelnemers. Een spelleider wordt aangewezen. Deze kiest een kaart en legt deze op tafel. Alle deelnemers leggen een kaart aan. De bedoeling is een zo grappig mogelijke combinatie te vormen met de kaart van de spelleider. De spelers vertellen wat de samengestelde afbeelding voorstelt. Vervolgens mag de spelleider kiezen welke combinatie het grappigst is. Er zijn verschillende opties voor hoe je punten kan verdienen, maar de essentie is het stimuleren van humor en lichtheid.

Normaliseren van de menstruatie

Van alle spelvormen die Petra probeerde, viel Mix-A-Body-Match het meest in de smaak omdat het zorgde voor de beste sfeer; het is leuk en normaliseert de veranderingen die gepaard gaan met de puberteit als een natuurlijk onderdeel van opgroeien. Het ontwerp is verrassend simpel: een doosje met wat kaartjes met grappige tekenin-



Afbeelding 5 en 6. Families spelen het Mix-A-Body-Match spel

gen. En toch is het een kleine revolutie. Gezinsleden beleven samen plezier, kunnen zo terloops praten over bijzonder gevoelige onderwerpen zoals de lichamelijke veranderingen die bij de puberteit horen – inclusief menstruatie. Een vader uit het testpanel zei tijdens het spelen tegen zijn jonge dochter: “Het is een teken van vruchtbaarheid. Dus hoe kan iets waaruit je geboren bent slecht zijn?” Petra vertelde me dat ze het project als een geweldige en vormende reis heeft ervaren. En die reis is nog niet beëindigd. Ze is inmiddels in gesprek met stichting *Bibliothèques Sans Frontières* om te onderzoeken hoe het spel kan worden uitgebracht. ■



Petra Salaric ontwikkelde Mix-A-Body-Match in 2019 in een zelf-geïnitieerde afstudeerproject voor de masteropleiding *Design for Interaction*. Het project werd mede mogelijk gemaakt door het *TU Delft Global Initiative*. Begeleiders waren Jan Carel Diehl en Pieter Desmet (TU Delft). Petra doet momenteel promotieonderzoek aan *Loughborough University* (UK) met als onderwerp de invloed van online communicatie op het opbouwen van intimiteit in de vroege stadia van romantische relaties. Daarnaast onderzoekt zij in samenwerking met *Bibliothèques Sans Frontières* de mogelijkheden voor verdere ontwikkeling en implementatie van Mix-A-Body-Match.

Het volgende nummer van TPP heeft als thema

Positief Beleid

- Bert Verleysen, Frank Lambrechts, Styn Grieten, René Bouwen: Met verschillen toekomst genereren
- Anne Landvreugd & Meike Bartels: Hoe licht ons welbevinden beïnvloedt
- Renaldo Secchi: Positieve Gezondheid in het MUMC+

De vierde uitgave van 2021 verschijnt eind november

Colofon

Tijdschrift Positieve Psychologie

ISSN 2452-4182

Met het Tijdschrift Positieve Psychologie (TPP) maken we de toepassing van de wetenschappelijke principes van de positieve psychologie toegankelijk voor mensen uit de praktijk. Het TPP publiceert artikelen over de wetenschappelijke onderbouwing van positieve psychologie, de ontwikkeling van praktijktoepassingen en de evaluatie ervan. Het tijdschrift bevordert de dialoog tussen praktijk en wetenschap. Kennis als kern van verbinding.

Tijdschrift Positieve Psychologie is een uitgave van KloosterhofAcquisitie Services Uitgeverij B.V. Napoleonsweg 128A, 6086 AJ NEER
T. 0475-597151
F. 0475-597153
info@kloosterhof.nl
www.tijdschriftpositievepsychologie.nl

Gasthoofdredactie

Jacqueline Boerefijn, Positief Onderwijs
Hein Zegers, positieve-psychologiepionier

Redactie

Fredrike Bannink, eigen praktijk
Jacqueline Boerefijn, Positief Onderwijs
Jochem Goldberg, trainer Positieve Educatie
Jacky van de Goor, Legende advies
Nele Jacobs, Open Universiteit
Marlies Jellema, Hogeschool Windesheim
Nancy Peeters, Netwerk Werkgeluk
Matthijs Steeneveld, Steeneveld Training en Coaching
Marianne van Woerkom, Tilburg University
Hein Zegers, positieve-psychologiepionier

De redactie is onafhankelijk en werkt op basis van een redactiestatuut.

Eindredactie

Liesbeth Rienties
liesbeth@kloosterhof.nl

Bladmanagement en redactiesecretariaat

Janet Rienties
janet@kloosterhof.nl

Vormgeving

Marie-José Verstappen
marie-jose@kloosterhof.nl

Annemieke Peeters
vormgeving@kloosterhof.nl

Marketing

Eric Vullers
T. 0475-597151
eric@kloosterhof.nl
www.tijdschriftpositievepsychologie.nl

Administratie

Papieren abonnement

Abonnementsprijs: € 79,50 per abonnementsperiode van 4 uitgaven.
Tarieven voor verzending van abonnementen naar het buitenland wijken af, zie www.tijdschriftpositievepsychologie.nl

Nieuwe abonnementen kunnen op elk gewenst tijdstip ingaan en worden aangegaan tot wederopzegging. Betaling geschiedt uiterlijk 14 dagen na ontvangst van de toegezonden factuur. U ontvangt automatisch onze maandelijkse gratis nieuwsbrief.

Digitaal abonnement

Abonnementsprijs: € 22,00 per abonnementsperiode van 4 uitgaven.
Neem een digitaal abonnement op www.ProfessioneelBegeleiden.nl en ontvang de komende 4 uitgaven in uw account. U ontvangt dezelfde versie als de papieren uitgave, alleen dan digitaal in PDF vorm. Uiteraard stellen wij u op de hoogte wanneer een nieuwe uitgave beschikbaar is! Na 4 uitgaven stopt het abonnement

automatisch.

Voor meer informatie, aanmelden en wijzigingen:

Yvonne van Pol
T. 0475-600944
yvonne@kloosterhof.nl
www.tijdschriftpositievepsychologie.nl

Verschijningsdata

Jaargang 5
Nr. 4 eind november 2021

Aanleveren kopij

Jaargang 5
Nr. 4 eind augustus 2021

Auteursinstructie

www.tijdschriftpositievepsychologie.nl

Reserveren en aanleveren advertenties uiterlijk 4 weken voor verschijningsdatum

© Tijdschrift Positieve Psychologie. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vervoelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enigerlei wijze, hetzij elektronisch, mechanisch door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Uitgever en redactie verklaren dat deze uitgave op zorgvuldige wijze en naar beste weten is samengesteld; evenwel kunnen uitgever en redactie op geen enkele wijze aansprakelijkheid aanvaarden voor de juistheid of volledigheid van de informatie. Advertenties vallen buiten de verantwoordelijkheid van de redactie.

Coachlink Academy

De beste kennisevents voor managers en coaches

Als coach wil je je blijven ontwikkelen. Met de online classes van Coachlink Academy ben je weer helemaal up-to-date over onderwerpen die er juist nú toe doen.

- 2 webinars van 1,5 uur (achteraf 2 weken terug te kijken)
- Q&A van de docenten waarin al jouw coachvragen worden beantwoord
- E-book naar keuze dat aansluit bij de online class
- Prijs: € 95,00 excl. btw

14 & 16 SEPTEMBER

Coachen vanuit kwetsbaarheid en compassie

Met **Marijke Leys**
en **Pieter Grimbergen**



9 & 11 NOVEMBER

Uit je hoofd, in je lichaam

Met **Paula Kolthoff**
en **Hilde Backus**



**Gebruik de QR-code om je in te schrijven
of ga naar www.coachlinkacademy.nl/tpp**



Cursus Positieve Psychologie

Voor professionals | 3 maanden | start 29 oktober | € 2.450



hva.nl/pp

Mensen die gelukkig zijn presteren beter, kunnen beter samenwerken en makkelijker omgaan met veranderingen. Tijdens de cursus Positieve Psychologie verdiep je je in wetenschappelijke inzichten en ontwikkel je praktische vaardigheden waarmee je het werkgeluk van jezelf én anderen stimuleert.

Deze cursus is relevant voor professionals met een coachende, begeleidende, leidinggevende of adviserende rol die een positieve verandering bij zichzelf en anderen in hun organisatie willen stimuleren.

In drie maanden ontwikkel je een stevige basis op het gebied van de positieve psychologie. De onderwijsdagen bereid je voor door je te verdiepen in de theorie, waarna we gezamenlijk de vertaalslag maken naar de praktijk. De thema's van de onderwijsdagen zijn:

- ▶ 1. Introductie in de positieve psychologie
- ▶ 2. Relaties voor een verbonden leven
- ▶ 3. Van positieve emoties naar duurzaam geluk
- ▶ 4. De zin van zingeving
- ▶ 5. Positieve psychologie in de praktijk
- ▶ 6. Eigen successen vieren en delen

Sluit deze cursus aan op jouw ambities? Kom erachter tijdens de online informatiebijeenkomst op 21 september.

▶ Meld je aan via hva.nl/pp