

## Geluksgroundverf

Jan Jelle van Hasselt

'*Happines is a cigar called Hamlet*' - De champagne voor het Britse sigarenmerk Hamlet liet op een komische manier mensen zien die in een uiterst benarde situatie terecht waren gekomen en op het schijnbaar onvermijdelijke moment van opperste vertwijfeling toch een intens geluksmoment beleven. Dat natuurlijk door een Hamletsigaar op te steken. Deze communicatie van geluksmomenten wordt nog steeds door veel vakmensen betiteld als hun favoriete campagne aller tijden.

Maar goed, dat is communicatie van geluk en ik interpreteer de gestelde vraag toch als de vraag naar de wijze waarop communicatie kan leiden tot geluk, of er op zijn minst een bijdrage aan kan geven. Mijn vertrekpunt: communicatie is een van de factoren die kan leiden tot een geluksgevoel.

Maar niet de enige factor en waarschijnlijk ook niet de belangrijkste. Maar hoe zit dat dan in elkaar? In mijn zoektocht vond ik een aantal invalshoeken die wellicht een bijdrage kunnen geven aan het beter begrijpen van de wijze waarop communicatie het geluksgevoel kan beïnvloeden.

(Ik zal overigens mijn duizend woorden niet gaan besteden aan de definitievraag van geluk. Maar ik ga er van uit dat geluk een subjectief bepaald gevoel is dat door mensen bevestigd of ontkend kan worden. Een geluksgevoel ontstaat onder bepaalde condities. En iemand die heftig verwickeld is in the struggle for life zal niet veel tijd en interesse hebben in de beantwoording van de vraag: "Ben je gelukkig.")

Mijn drie invalshoeken: het omslagpunt, geluksgroundverf, geluksgesprekken

### 1. Het omslagpunt

*En op de bodem van die volmaakte duisternis zat ik, op mijn hurken. Het enige dat ik kon zien was Niets. Ik was een deel van dat Niets geworden. Met gesloten ogen luisterde ik naar het kloppen van mijn hart, naar het ruisen van mijn bloed dat door mijn lichaam circuleerde, naar het hijgen van de blaasbalgen van mijn longen, naar het piepen en het kronkelen van mijn uitgehongerde darmen. In de diepe duisternis werd elke beweging, elke trilling en beleving, onnatuurlijk overdreven. Dit was mijn lichaam, mijn vlees en bloed.*

Een fragment uit 'De opwindvogelkronieken' van Haruki Murakami. De hoofdpersoon Toru Okada daalt af in een droge put om zijn gedachten op een rij te zetten. De ladder die hij gebruikt om de bodem van de put te bereiken verdwijnt op mysterieuze wijze.

Ondanks zijn aanvankelijke paniek, ervaart hij op de bodem van de put een ongekennde intensiteit van belevingen en psychische rust. En komen lawines van praktisch vergeten ervaringen glashelder naar boven. Communicatie kan verbinden, motiveren, kennis vermeerderen. Maar communicatie kan ook demotiveren en afstand creëren. Daarbij is het fenomeen van communicatie-overload, informatiestress: boven een bepaalde grens van communicatieprikkels neemt de ervaren druk toe en de effectiviteit ervan af.

Bram van Montfoort besloot ook dat het tijd was om zijn gedachten op een rij te zetten en af te raken van zijn internet- en smartphoneverslaving (4,5 uur per dag surfen op internet- Infobesitas is er de nieuwe term voor). Een jaar lang offline. Snijden in de weak ties en focus op de strong ties. Hij schreef er een boek over, dat veel media-aandacht trok. Het geeft een goed beeld van hoe digitale communicatie ons leven is gaan bepalen. En hoe lastig het is terug te keren tot de geschreven brief, de vaste telefoon, de agenda en de courant.

Onderzoeksvraag: vanaf welke hoeveelheid communicatieprikkels gaat iemand zich prettig voelen, verbonden en betrokken. En vanaf welk niveau aan prikkels slaat dat gevoel om in een van onwelbevinden, stress en verlies van controle? En welke rol hebben *weak ties versus strong ties* daarbij?

## 2. Geluksgrondverf

Alain de Botton schreef het boek 'The architecture of happiness'. De Botton laat zien hoe architectuur door zijn aanpak mensen een geluksgevoel kan geven. De leefbaarheid van een ontwerp speelt daarin een belangrijke rol, hoogdravende concepten doen dat minder.

De afgelopen jaren richtte de innovatie in het communicatievak zich vooral op de toepassing van technieken uit de sociale psychologie. Met het boek 'Influence' van Cialdini als richtinggever. In Nederland heeft Bert Pol hier invulling aan gegeven onder meer door in te spelen op automatisch gedrag en het primen van communicatie. Door een reeks van communicatie-activiteiten kun je mensen een bepaalde 'mood' krijgen. Hierdoor wordt de perceptie voor de volgende communicatie-activiteit ook beïnvloed en zal die vanuit die 'mood' worden gezien. Je kunt primen bijvoorbeeld op beleefdheid, winnen, presteren. Maar kun je ook primen op geluk? Vast staat overigens dat primen geen langdurig effect heeft, maar ja dat geldt ook voor diverse geluksbelevingen.

Onderzoeksvraag: kan priming invloed hebben op het geluksgevoel van mensen, en als dat het geval is welke termen en inkleuring (priming) werken daarbij het beste. Hoe langdurig kan de werking van deze priming zijn?

### **3. Geluksgesprekken**

De rol en functie van gesprekken worden door Noelle Aarts in haar inaugurele rede "Een gesprek zonder einde" uiteengezet. "In gesprekken construeren mensen verhalen over de wereld om hen heen, verhalen waarin we contexten en betekenissen kunnen ontdekken voor zover mensen die zelf van belang achten." Het gaat dan om het doorbreken van zelfreferentialiteit. Door te luisteren, verkennen en vragen. De buitenwereld naar binnen halen. En op zo'n manier kan een zelfbeeld worden aangepast en die eigen plaats in de wereld worden herzien. Daarmee ook negatieve percepties weghalen, en uiteindelijk geluk worden gegenereerd. De psychotherapeut Irvin Yalom noemde het 'the curative power' van therapeutische gesprekken: "The spirit of a man is constructed out of his choices."

Onderzoeksvraag: welke lessen uit de psychotherapie kunnen wij trekken over de wijze waarop in therapeutische gesprekken gewerkt wordt aan het doorbreken van zelfreferentialiteit en het verkrijgen van een positief zelfbeeld en geluksgevoel?

Werkelijke innovatie in ons vak krijgen we door onderzoek uit te voeren. Onderzoek dat nieuwe inzichten kan geven in de werking en in de rol en bijdrage van communicatie. Met het voorgestelde onderzoek snijdt het mes aan twee kanten: het geeft inzicht in de relatie tussen communicatie en geluk, en het maakt communicatieprofessionals gelukkig door het krijgen van nieuwe inzichten.