HAYSTACK

Wat je van politici kunt leren

KIES MIJ

als je meer invloed wilt hebben

'Word linkshandig'
'Scheer jezelf elke dag'
'Spreek geen Jip-en-Janneketaal'
'Noem jezelf professor'



Thijs Hannaart

VOORWOORD

KIES NIET VOOR MIJ

In de film *Brewster's Millions* moet Monty Brewster in drie dagen tijd dertig miljoen dollar verbrassen. Alleen als hem dat lukt ontvangt hij een erfenis van driehonderd miljoen dollar die een achteroom hem heeft nagelaten. Ervan overtuigd dat een politieke campagne veel geld kost nomineert hij zich als kandidaat voor de post van burgemeester van New York, met de slogan 'None of the above'. Maar hij doet dit zo goed dat hij er geld aan verdient - tot zijn frustratie.
Hoe wint Brewster (gespeeld door Richard Pryor) de verkiezingen? Hij valt de tegenpartij keihard aan: 'They are full of shit,' zegt Brewster tijdens een tirade tegen de gevestigde orde. De kiezers vinden het geweldig en kiezen massaal voor de antiheld. Brewster is verbaasd, maar hij had het kunnen weten: als je de methoden en technieken van politici slim gebruikt krijg je stemmen, of je dat nou wilt of niet.
Deze regel geldt niet alleen in Hollywood. Ook in Den Haag geldt dat je populair wordt als je de juiste methoden gebruikt.

Wat maakt politici populair? De eerste keer dat ik over deze vraag begon na te denken was tijdens een lezing van filosoof Bas Haring. Hij hield een vurig betoog over neuro-politiek en verwees daarbij naar marketeers die in hersenscanners onderzoek doen naar het onbewuste van de consument. Door dit op de juiste manier te prikkelen, bijvoorbeeld door de verpakking een ander kleurtje te geven, kun je de keuze van de consument sturen. Haring vroeg zich af wat er zou gebeuren als politici en regeringsleiders deze kennis over het onbewuste zouden gebruiken. Niemand nam zijn angstbeeld serieus en hij werd dan ook uitgelachen.

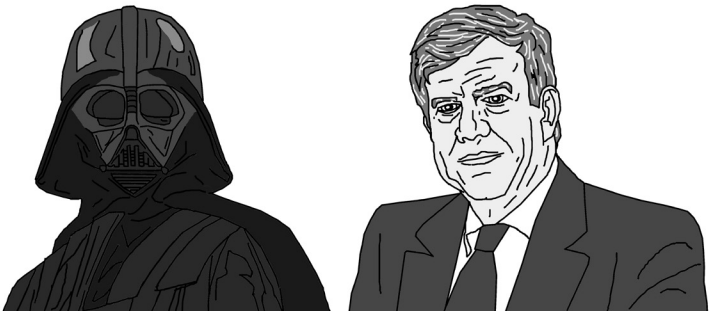
Veel heb ik Haring daarna niet meer horen zeggen over neuro-politiek. En dat is jammer. Ik denk namelijk dat hij een goed punt had. Net als een consument in een supermarkt heb je als burger in het stemhokje volgens mij totaal geen idee waarom je een bepaalde politicus kiest. Je keuze is een optelsom van onbewuste instincten.
Jaren na het betoog van Bas Haring las ik over een onderzoek met kleuters in Zwitserland. Onderzoekers lieten hen foto's zien van Franse presidentskandidaten met de vraag wie ze het aardigst vonden. De kans dat een kleuter in Zwitserland een Franse presidentskandidaat kent is klein, laat staan dat hij op de hoogte is van alle partijprogramma's. Gek genoeg bleek de keuze van de kleuters precies overeen te komen met de verkiezingsuitslag in Frankrijk.
Waar baseerden de kleuters hun keuze op? Het enige dat ze te zien kregen was een foto. Dus de keuze moet op uiterlijk gebaseerd zijn. Maar betekent dit ook dat volwassenen alleen maar kiezen op basis van uiterlijk, net als een consument die zijn keuze in de supermarkt baseert op de verpakking? Als dat waar is zou Bas Haring gelijk kunnen hebben. Of speelt er nog meer een rol?
Deze en andere vragen vormden voor mij de aanleiding om dit boek te schrijven. Een politicus is geen pot augurken, dus de vergelijking met een consument in een supermarkt gaat niet helemaal op. Er zijn veel meer factoren die een rol spelen, en die beschrijf ik in dit boek.

Aan de hand van onderzoeksresultaten en anekdotes probeer ik te verklaren waarom je kiest voor wie je kiest. Mijn doel is niet om je een andere keuze te laten maken in het stemhokje – al zul je dat wellicht denken door de manier waarop ik een aantal politici beschrijf en afbeeld. Mijn doel is dat je na het lezen van dit boek inzicht hebt in waarom je voor iemand kiest, in het stemhokje en uiteraard daarbuiten. En natuurlijk: wat je kunt doen als je zelf gekozen wilt worden.

Thijs Hannaart (thannaart@hotmail.com)

TIP 1

NIET PIEPEN MAAR BRULLEN



Darth Vader for president? Als Darth Vader zich verkiesbaar stelt, zou hij heel wat stemmen weten te winnen. Het bezit van een zware stem vergroot namelijk de kans op het winnen van de presidentsverkiezingen.

Dat een zware stem statusverhogend kan werken, wist Margaret Thatcher maar al te goed. Toen zij werd verkozen tot Britse premier, onderging ze training om haar stem een diepere en warmere klank te geven. Zo kwam ze krachtiger over!
De Canadese wetenschapper David Feinberg vroeg vrijwilligers te luisteren naar gemanipuleerde opnames van presidentskandidaten. Bij sommige kandidaten was de stem kunstmatig verhoogd, bij andere juist verlaagd. Aan de vrijwilligers de vraag deze presidenten te beoordelen op aantrekkingskracht, intelligentie en betrouwbaarheid. Je raadt het al: lage stemmen scoorden hoger op alle gebieden. Nou ja, op bijna alle gebieden. De kandidaten met een zware stem

scoorden ook hoger op de stelling 'Waarschijnlijk betrokken bij een overheidsschandaal'.

De bekende CNN-presentator Larry King bleek zijn stemgebruik aan te passen toen hij Bill Clinton interviewde. Gasten die minder status hadden, wisten bij hem geen verandering in stemgebruik teweeg te brengen. Integendeel, dan pasten de gasten hun stemgebruik aan hém aan. Als Larry King in het gesprek de minste status had, verhoogde hij onbewust zijn stem.

Ook wetenschappers van de University of Miami kwamen tot de conclusie dat een lage stem status geeft. Zij gebruikten echter geen opnames van presidentskandidaten, zoals in het eerder genoemde onderzoek, maar lieten mannelijke en vrouwelijke vrijwilligers de slogan 'Ik verzoek u te gaan stemmen' inspreken. De conclusie was echter hetzelfde. Stemmen die kunstmatig waren verlaagd, werden vaker gekozen.

Ook onderzoek naar de uitslagen van verkiezingen in Amerika tussen 1960 en 2000 toont aan dat een lage stem populair maakt. Steeds won de kandidaat met de laagste stem. Ook als wordt gekeken naar de populariteit van politici, blijkt dat politici met een lage stem populairder zijn.

Bill Clinton gebruikte in de speech waarin hij toegaf dat hij seks had gehad met zijn stagiaire Monica Lewinsky een hogere toon dan in de eerdere toespraak waarin hij zei dat hij geen seksuele relaties had gehad met Monica Lewinsky. Dat was een slimme zet, want door de hoge toon kwam hij minder dominant over en was de Amerikaanse burger meer bereid Clinton te vergeven.

Ook voor niet-politici is het soms handig om te spelen met de stem. Degene die zijn stem tijdens een vergadering het meest in zijn eigen bereik laat zakken, krijgt gelijk. Als je mensen op hun gemak wilt stellen, doe je er goed aan de bromtoon in je stem niet te veel te laten domineren. Bij het uitdelen van een berisping of het aanbieden van je excuses is het slim om juist wel een zware stem op te zetten.

TIP 2

GEBRUIK GEEN JIP-EN-JANNEKETAAL



'Voor de voet weg moet dit probleemveld worden neergetunneld in een motie, om langs deze weg in lijn met de afspraken met het kabinet al zwaluwstaartend de pijnpunten snelstens en bestens af te concluderen. Daarom moet het tekort eerstens worden versleuteld en verspijkerd, waarvoor een tijdpad dient te worden uitgezet. Langs deze weg moet de problematiek geleidelijk aan worden afgekocht en verschmertzt.'

Bovenstaand citaat is afkomstig van voormalig minister-president en CDA-politicus Ruud Lubbers. Maar weinig mensen begrepen wat hij bedoelde. Ruud Lubbers was een wollig spreker. Of een 'groot experimenteel dichter', zoals hij soms ook wordt genoemd. De vraag is of

je er goed aan doet het volk of de Tweede Kamer in dit soort taal toe te spreken.

Ook in de jaren na Lubbers zijn er heel wat politici aangesproken op hun taalgebruik. Zo kreeg Rutte commentaar op zijn taalgebruik. Hij gebruikte te veel Engelse begrippen. Veel te ingewikkeld, dat snapt de kiezer niet, was de reactie. In 2002 riep de partijvoorzitter van de VVD de lijsttrekker op om meer 'jip-en-janneketaal' te gebruiken. Dat lijkt geen gek idee, taal gebruiken die de kiezer begrijpt. Toch had dit een averechts effect. De VVD verloor dat jaar stemmen. Recent onderzoek heeft inderdaad aangetoond dat simpele taal de kiezer irriteert. Communicatiewetenschapper Linda Bos bestudeerde media-uitlatingen van verschillende politici en keek naar het effect dat ze hadden op de kiezer. Popiejopie-taal bleek niet populair. Het probleem zit hem echter niet in een simpele woordkeus, maar in de oversimplificatie van de situatie. Veel politici versimpelen namelijk niet alleen de taal, maar ook de dossiers waar ze over moeten beslissen.

Simpele taal op zichzelf is namelijk een zeer sterk middel om kiezers te overtuigen. Uit onderzoek van Daniel Oppenheimer blijkt dat mensen die lange zinnen vol ingewikkelde woorden gebruiken minder slim overkomen. In het onderzoek kregen vrijwilligers fragmenten uit een essay te lezen met de vraag: 'Hoe slim is de auteur?' Hoe simpeler het taalgebruik, hoe slimmer de auteur, zo bleek.

Simpele woorden komen bekend voor en worden daardoor makkelijker door het brein verwerkt. Woorden die je vaak ziet, hebben meer overtuigingskracht. In onderzoek hiernaar kregen vrijwilligers allerlei statements te lezen met de vraag of ze juist of onjuist waren. Een aantal statements was afgedrukt in een andere kleur, waardoor ze minder goed leesbaar waren. Het brein moest er meer moeite voor doen, net als bij het lezen van een moeilijk woord. Hoe beter leesbaar een statement was, hoe betrouwbaarder dit werd gevonden. Woorden die gemakkelijk door het brein kunnen worden verwerkt, komen dus overtuigender over.

Dat er in heel Nederland dossiers worden volgeschreven met vakjargon, draagt dus niet bij aan de productiviteit van bedrijven. Een verslag in begrijpelijk Nederlands is veel bruikbaarder. De volgende keer dat je notuleert, een factuur opstelt, een aanbevelingsbrief schrijft of met collega's praat, is het dus slim geen ingewikkelde woorden te gebruiken. In de woorden van voormalig PvdA-leider Wouter Bos: 'Ik zal nooit vergeten dat er een meubelmaker bij mij thuis was en de enige betekenis die hij kende voor het woord kabinet was dat het zo'n kastje was.'

TIP 3

LIJK OP JE PUBLIEK

'We hebben in Nederland 10.000 ijscomannen, hoeveel ijscomannen moeten er dan in de Tweede Kamer?'
Hans van Mierlo

Een veelgemaakte opmerking van vrouwen is dat ze stemmen op de eerste vrouw op de lijst. De reden is gelijkgestemdheid. We stemmen op iemand die op ons lijkt.

Dit blijkt onder andere uit onderzoek van Teri van der Heijden en Anja van Heelsum. Zij analyseerden de uitslag van de gemeenteraadsverkiezingen in Amsterdam in 2010. Turkse kiezers bleken veel vaker dan gemiddeld te stemmen op een Turkse kandidaat. In Australische gemeenschappen waar veel Aboriginals wonen, krijgen zwarte kandidaten meer stemmen, terwijl op plekken waar het aandeel inheemse bevolkingsleden heel klein is, blanke kandidaten juist in het voordeel zijn.
Ook onderzoek in het lab heeft aangetoond dat we stemmen op iemand die op ons lijkt. De Amerikaanse communicatiewetenschapper Jeremy Bailenson liet vrijwilligers politieke kandidaten beoordelen. Een deel van deze kandidaten was via de computer samengevoegd met het gezicht van de vrijwilliger die deelnam aan het experiment. Deze kandidaat bleek veel vaker te worden gekozen.
De Italiaanse onderzoeker Gian Caprara vroeg ruim zesduizend vrijwilligers een vragenlijst in te vullen over persoonlijke eigenschappen. Vervolgens werd hun gevraagd ook de persoonlijkheidskenmerken van John F. Kerry en George W. Bush te beoordelen. De conclusie

was duidelijk; alle vrijwilligers dachten dat ze de meeste kenmerken gemeen hadden met hun favoriete kandidaat. Het onderzoek werd herhaald in Italië (Romano Prodi versus Silvio Berlusconi).

De Amerikaanse onderzoeker Geoff Kaufman liet vrijwilligers een verhaal lezen over een persoon die zijn stem uitbracht. Er waren verschillende versies van dit verhaal. Zo was er een versie die vanuit ik-perspectief was geschreven, en een versie waarin het verhaal vanuit de derde persoon werd verteld. Ook de universiteit waaraan de hoofdpersoon had gestudeerd, verschilde per versie. In een aantal gevallen was dit dezelfde universiteit als die van de lezer. Na afloop werd gevraagd naar het stemgedrag. Vrijwilligers die het verhaal hadden gelezen vanuit ik-perspectief met een hoofdpersoon die aan dezelfde universiteit had gestudeerd, bleken het gedrag van de hoofdpersoon veel sterker na te doen. Kortom, de kiezer volgt de politicus die het meest op hem of haar lijkt.

Ook als je nieuwe werknemers zoekt, kan het slim zijn om de overeenkomsten te benadrukken. Dat is precies wat Google deed toen het bedrijf in 2004 nieuwe werknemers nodig had. In het centrum van Silicon Valley werd een billboard neergezet met de tekst:

{first 10-digit prime found in consecutive digits e}.com.'

Dit raadseltje kun je alleen oplossen als je (ook) wiskundige bent.

TIP 4

DRAAG DIKKE ZOLEN OF HOGE HAKKEN

Als je lang bent, maak je indruk. Tegen iemand die groter is, zul je minder snel geneigd zijn agressie te gebruiken. Kleine politieagenten worden dan ook vaker uitgescholden. Tijdens demonstraties maakt de politie daarom gebruik van paarden. Zo lijken agenten groter. En ook als politicus doe je er goed aan om op een paard te gaan zitten. Lange politici worden namelijk charismatischer gevonden.

Door de koppeling tussen macht en lengte zijn we geneigd lange mensen meer macht toe te kennen. Uit een studie waarin de lengtes van alle presidentskandidaten werden onderzocht, blijkt dat in 58 procent van alle verkiezingen de langste kandidaat won. Sterker nog, als de periode waarin er nog geen televisiedebatten plaatsvonden niet werd meegerekend bleek dit percentage zelfs te stijgen naar 62. Ook de Amerikaanse onderzoeker Young kwam tot deze conclusie. Hij vroeg aan vele Amerikanen wie zij de beste president vonden en vergeleek de uitkomst met de lengte die van de presidenten. Conclusie: de vier beste presidenten van de VS zijn tien centimeter langer dan de vijf slechtste presidenten. Van de afgelopen twintig verkiezingen werden er negentien gewonnen door de langste kandidaat.
Ook voor Nederlandse politici geldt dat lang zijn populair maakt. In de grafiek op de volgende pagina zijn de rapportcijfers die aan politici worden geven (IPSOS-peiling 2015) afgezet tegen hun lengte.
Hoogte wordt onbewust aan leiderschapskwaliteiten gekoppeld.

Wat je van politici kunt leren

KIES MIJ

als je meer invloed wilt hebben

Als je meer invloed wilt hebben kun je veel leren van politici. Word linkshandig, scheer jezelf elke dag en spreek niet in Jip-en-Janneke-taal.

Mensen kiezen instinctief of ze jou geloven. Als je ze wilt overtuigen van jouw ideeën moet je ze raken in hun hart. Niemand weet beter hoe dit werkt dan politici, en in dit boek lees je hoe je hier thuis en op het werk van kunt profiteren.

- *Noem jezelf professor als je indruk wilt maken*
- *Noem niet te veel feiten*
- *Glimlach, en mensen vinden je aardig*
- *Lieg en bedrieg, tenzij het bonnetje er nog is*
- *Beweeg rustig, maar maak zo nu en dan een woest gebaar*

Voor dit boek heeft auteur **Thijs Hannaart** het gedrag van bekende politici bestudeerd en zich verdiept in wetenschappelijke studies in binnen- en buitenland. Hij schreef eerder *Horen met je neus*, *Man zoekt vrouw, vrouw zoekt man* en *Pimp je brein*.

HAYSTACK

9 789461 261885