

Onze samenleving leeft niet meer samen



MARC MICHILS

Onze samenleving zit met een pijnlijke paradox. Mensen zijn solidair en willen elkaar helpen. Dat ondervinden we al jaren bij Kom op tegen Kanker en zien we dagelijks in vele kleine dingen. Los van rang en stand, los van taal en cultuur willen mensen elkaar helpen. Tegelijk wordt ons veel vijandigheid opgedrongen en is er een structureel tekort aan menselijk contact. En dat is een grove miskennen van ons DNA: we zijn sociale wezens met grote nood aan waardering en menselijkheid.

Van die opgedrongen vijandigheid bestaan vele oorzaken. De algoritmes van sociale media promoten vooral slecht nieuws. Wie zich nietsvermoedend

alleen informeert via sociale media, krijgt de indruk dat niets werkt. In het publieke debat zijn agressieve standpunten, haatcampagnes, trollenlegers en scheldpartijen het nieuwe normaal. In de pers zien we een clickbaitmanie, met negatieve titels die massaal veel clicks scoren. Voor debatten worden liefst gasten uitgenodigd die goed zijn in agressieve oneliners. De TikTok-cultuur lijkt de norm. Leve het agressieve spektakel: kappen op elkaar, vijanden maken en roepen wiens schuld het allemaal is. Oppositiepartijen vallen nog liever dood dan iets positiefs te zeggen over de meerderheid. Zelfs over de vrijlating van ngo-medewerker Olivier Vandecasteele uit een Iraanse gevangenis kon er geen complimentje voor de regering af. Ook de meerderheidspartijen leveren hun bijdrage door elkaar tijdens regeringsdiscussies publiek uit te schelden. Vijandigheid overal en dat blijft niet zonder gevolgen. Een persoon in een vijandig klimaat, bijvoorbeeld op sociale media, wordt

“

Wie zich nietsvermoedend alleen informeert via sociale media, krijgt de indruk dat niets werkt.

vijandig. Diezelfde persoon in een positief menselijk klimaat, bijvoorbeeld de 1.000 kilometer van Kom op tegen Kanker, wordt positief.

Humo en *De Morgen* publiceerden onlangs *De Grote Angst-enquête*. Vlamingen hebben zowat van alles schrik. Alle indicatoren geven aan dat de wereld de laatste dertig jaar beter is geworden, toch zien heel veel Vlamingen dat niet zo. Wij voelen ons slecht, eenzaam, niet beschermd. Angstexperts spreken van 'fenomenen als globalisering, digitalisering, oorlogsdreiging en financiële onzekerheid geven mensen het gevoel dat ze de controle kwijt zijn', 'de wereld is te complex geworden', 'de verandering gaat te snel'. Onderhuids groeit er een maatschappelijke malaise. Veel mensen lopen rond met een gevoel van 'ik tel als mens niet meer mee', maar zeggen dat niet luidop. Online des te meer, en mogelijk straks in het stemhokje ook.

In een interview met *Knack* geeft radicaliseringsexpert Peter Neumann aan dat de helft van de AfD-kiezers er radicaal-rechtse (migratie-)opvattingen op na houdt. Maar de andere helft zijn ontevreden kiezers. Foertstemmers. In zijn boek *Niet alles maar veel begint met luisteren* brengt Dominique Willaert verslag van zijn vele gesprekken met mensen uit de Denderstreek: 'De woede is immens ... het gaat over een lange reeks van verlieservaringen die vaak te maken hebben met de-industrialisatie van de streek ... inclusief teloorgang van sociaal leven: turnclubs, harmonie, cafés, sportclubs, toneelverenigingen, feestzaal, ...' Met diepe gevoelens van frustratie en ongelijkheid als gevolg.

Michael Sandel onderzocht hoe het in godsnaam mogelijk is dat een leugenaar en crimineel als Trump zo'n succes heeft. Zijn conclusie: de democraten halen stemmen bij de optimisten die nog vooruit kunnen en willen, Trump bij de veel grotere groep van verliezers van de samenleving. Mensen voelen zich miskend, zelfs vernederd en dat zijn zeer destructieve emoties die leiden tot agressief gedrag en uiteindelijk ook tot extreem stemgedrag. Dan maar vluchten naar populistische figuren die bubbels voorspiegelen en schuldigen aanduiden: de migranten, de elite, het systeem. Op zoek naar een comfortabele plek in de wolk van desinformatie. Veelal zonder te beseffen hoe (sociale) media met hun algoritmes en clickbaits echt werken.

Dit maatschappelijke ongenoegen is een keten van opeengestapelde verlieservaringen, kwetsuren en minachting. Uit een studie van de Koning Boudewijnstichting blijkt dat 40% van de Vlamingen beperkte digitale vaardigheden heeft. Zelfs 38% van de jongeren voelt zich overdonderd. De digitale uitsluiting is dus niet enkel een probleem voor kans-

armen en 60-plussers. Bedrijven automatiseren zonder achterom te kijken. Aangifte doen van een diefstal, een vergunning vragen bij een gemeente, informatie zoeken bij een energieleverancier, ... het is telkens een digitale lijdensweg. Recent dienden wij onze modem te vervangen: we kregen een filmpje als uitleg met de uitdrukkelijke vermelding 'gelieve ons niet te bellen'.

Los het zelf op en als dat niet lukt, dan bent u wel heel dom.

Bij de lancering van het nieuwe consumentenprogramma Win Win vertelde Xavier Taverne in *Humo*: 'We hebben op alle socialemediakanalen een rondvraag gedaan naar de grootste grieven van consumenten. Met stip op één staat de onbeschikbaarheid van klantendiensten. Ze zijn amper te bereiken, als je al een echte telefoonlijn vindt in plaats van zo'n verschrikkelijke chatbot.' Bij de banken wordt de klant stilaan buitengekeken:



Mensen voelen zich miskend, zelfs vernederd en dat zijn zeer destructieve emoties die leiden tot agressief gedrag en uiteindelijk ook tot extreem stemgedrag.

geen lokale loketten meer, zelfs om wat geld af te halen moet je al ver rijden. Dan maar een ‘hulplijn’ bellen? Druk 1 voor dit, druk 3 voor dat, ... een half uur aan de lijn hangen om uiteindelijk toch het bos ingestuurd te worden. Hebt u ook al eens zo’n irritante tevredenheidsenquête meegemaakt? Ik was onlangs tien minuten in mijn garage om het lampje van mijn richtingaanwijzer te vervangen. Mijn garagist klaarde de klus snel en wel. Maar daarna ben ik dagen lang achtervolgd door een callcenter om te vragen hoe tevreden ik wel was. Tot ik uiteindelijk ... heel ontevreden was.

“

Voor De Lijn was de afgeschafte bus een verplaatsing van A naar B, voor die dame de verbinding tussen een moeder en haar overleden zoon.

Alles roept om een herstel van menselijke verbindingen. Voor bedrijfs- en overheidsdiensten betekent dat een evenwaardige combinatie van internet, telefoon en menselijk contact. De drie C’s: *click, call, connect*. Voor veel sectoren is dit net een grote kans: onze diensten, nu mét echt menselijk contact. Technologie moet voor iedereen toegankelijk zijn. De *plug and play* is nog veelal een leugen. Men vertrekt van wat technologisch allemaal kan, niet vanuit de ervaring van de mens. Technologie moet empathisch worden. Zeker, we moeten het digitale en AI alle kansen geven. Alleen al in de gezondheidssector zijn de mogelijkheden enorm. Maar reglementering en ethische kaders zijn nodig om misbruik tegen te gaan. Europa doet uitstekend werk met de *Digital Services Act* en de *European Accessibility Act*. VRT met zijn digitour- en factcheck-programma’s ook.

We hebben nood aan meer cafés. We moeten alle vormen van ontmoeting zoals buurtfeesten, stoeten, culturele evenementen, scholen, verenigingen,

kleine buurtwinkels, ... onredelijk fors steunen. Het zijn de publieke plaatsen waar we ons goed voelen. Buurtnetwerken zoals Accolage in Brussel verdienen alle lof. Zij halen geïsoleerde ouderen uit hun eenzaamheid. De wereld verbeteren kan ook in elke straat. Enchanté, een Gents netwerk van handelaars die kleine diensten aanbieden aan wie er behoefte aan heeft, van een glas water tot een kop koffie, van een knipbeurt bij de kapper tot een plek om even uit te rusten. Bij Kom op tegen Kanker beschouwen we onze verbindende rol als een belangrijke reden van bestaan. Initiatieven zoals

Allez Chantez, 1,2,3-piano, Zorgzame Buurten, Warm Vlaanderen en De Warmste Week verbinden mensen op een plezierige manier. We moeten wijkagenten, postbodes en het gemeentepersoneel tijd geven voor een babbeltje. Kletsen en grappen maken zonder dat het moet opbrengen.

Kunnen we, alstublieft, de publieke diensten toegankelijker maken? Via veel betere digitale applicaties

én gewoon ... via een mens aan het loket. Treinen, trams en bussen moeten naar alle uithoeken van het land rijden. Iedereen heeft recht op bereikbaarheid. Ook naar het platteland en afgelegen gebieden met weinig volk. Het nieuwe mobiliteitsplan van De Lijn zoekt maximale efficiëntie, maar vergeet zijn sociale taak. Ik denk aan die tachtigjarige dame in Het Journaal die niet meer naar het kerkhof kon gaan waar haar zoon begraven ligt. Voor De Lijn was de afgeschafte bus een verplaatsing van A naar B, voor die dame de verbinding tussen een moeder en haar overleden zoon.

Politici moeten terug praten met kiezers: dienstbezoeken, huisbezoeken, informatiesessies. Luisteren naar en begrijpen waarom mensen ontevreden zijn. Campagnes op de sociale media bereiken veel volk, maar blijven oppervlakkig. De podcast *Conversations with people who hate me* van de Amerikaanse kunstenaar Dylan Marron is heel leerrijk. Dylan Marron was als homo slachtoffer van felle haatcampagnes. Hij belde zijn haters

complexloos op: negen op de tien excuseerden zich. Ze hadden een zware tegenslag gehad, voelden zich rot. Mensen zwijgen en knippen op ... tot je met hen praat. Het begin van elke oplossing is luisteren en duidelijk maken dat je problemen begrijpt.

Wij moeten perspectief bieden. Enkel een positief tegenverhaal kan extremisme de wind uit de zeilen halen. We vertellen mensen dat ze moeten veranderen, maar niet wat de uitkomst kan zijn. Mensen zijn bang voor verandering, dat is gewoon menselijk. We moeten mensen meenemen in een breder verhaal. In zijn boek *De toekomstformule* gebruikt Jo Coudron de metafoer van de verbouwing, waarbij je met je hele gezin in je huis blijft wonen terwijl ze alles open- en afbreken. De enige manier om dit te overleven is als je op voorhand goed weet hoe mooi je huis er zal uitzien na de verbouwing. Milieu bijvoorbeeld, we moeten ons gedrag veranderen. Oké, maar vertel eens een verhaal à la Flanders Technology indertijd: de handdruk tussen de menselijke en de technologische hand. Mensen betrekken en draagvlak creëren voor een vernieuwde toekomst. Vertel hoe een duurzame en inclusieve wereld vol AI, innovatie en creativiteit er voor onze kinderen zal uitzien.

Ten slotte en niet het minste: we moeten er alles aan doen om de waarheid te herwaarderen. Ik las over een voorstel om een erecode van oprechtheid voor alle politici en leiders in te voeren. Een superidee. Alle media moeten de kiezers helpen de leugenachtige slogans te doorprikken en de waarheid bloot te leggen. Bij de laatste Nederlandse verkiezingen won Geert Wilders met de slogans 'De Nederlander terug op 1' en 'Meer geld in uw portemonnee'. Maar wat zat daaronder? Geen gendermaatregelen meer, geen diverstiteitsgeneuzel, geen cultuursubsidies, Europese Unie is overbodig, tachtig jaar vrede weg daarmee, terug naar fossiele brandstoffen, geen Europees geld voor kinderopvang. 'Het uur van de waarheid' en 'Factcheckers' ontmaskeren nu al veel fake news. Zoals onlangs het verhaal van luxe boten die migranten zouden opvangen. Het werd sluw geretweet maar het was een leugenachtig verhaal.

Het opnieuw vermensen van de samenleving is niet enkel een opdracht voor de politiek, maar voor de bedrijven, het middenveld en voor ons

allemaal. Er is 'gewoon' wat meer vriendelijkheid en empathie nodig.

Een eerdere versie van deze tekst verscheen in De Tijd.

MARC MICHILS is voorzitter van Kom op tegen Kanker.