



Komt een *veganist* bij de *buurtbarbecue*

Timo Jansen

Dit whitepaper is
onderdeel van
COMM'ON.

*Communication for
the Common Good*

COMM'ON

Benieuwd hoe communicatieadviseurs kunnen bijdragen aan 'the common good'? Dit is één van de elf whitepapers die daar een frisse blik op werpen.

Het artikel komt uit *COMM'ON* – een magazine vol ideeën en praktijkverhalen over communicatie en samenleving. Het is geschreven door docenten van de opleiding Communicatie aan de Christelijke Hogeschool Ede, en uitgegeven door het lectoraat Journalistiek & Communicatie.

De andere whitepapers volgen in het seizoen 2025–2026. Wil je niks missen? Volg Korian van Vuuren, associate lector Communicatie, op [LinkedIn](#).

Het hele magazine op je deurmaat? Mail naar lectoraatjenc@che.nl.



Komt een veganist bij de buurtbarbecue

Hoe ga je als individu in gesprek met andersdenkenden over een zo politiek beladen onderwerp als het klimaat? En hoe communiceer je als (overheids)organisatie met bedrijven, klanten (burgers) en andere stakeholders over klimaat en duurzaamheid? Omgaan met verschillen is enerzijds een essentiële vaardigheid en kost ons brein tegelijkertijd flink moeite, blijkt uit onderzoek. “De kunst is om in verbinding te blijven met de ander en elkaars brein niet te overvragen,” schrijft Timo Jansen dan ook.

Aan de hand van een aansprekende casus die letterlijk bij jou in de straat zou kunnen plaatsvinden, introduceert Timo een gespreksmodel dat neuropsychologisch onderbouwd is en zich inmiddels in de praktijk heeft bewezen (De Jong & Van Bergeijk, 2024). Terwijl het gesprek op de buurtbarbecue zicht ontvouwt, lees je stap voor stap welke afslagen je kunt nemen in de communicatie en hoe je voorkomt dat je een belangrijke afslag mist.



Timo Jansen

Functie: docent psychologie, onderzoeker lectoraat

“Ik doe onderzoek naar klimaatcommunicatie, inductief en deductief: praktijkvraagstukken over klimaat-communicatie oplossen geeft nieuwe kennis en kennis over klimaatcommunicatie helpt weer om nieuwe praktijkvraagstukken op te lossen.”

[in De LinkedIn pagina van Timo.](#)

Colofon

Dit whitepaper is onderdeel van *COMM'ON*, een uitgave van het lectoraat Journalistiek & Communicatie van de Christelijke Hogeschool Ede. De inhoud is tot stand gekomen in co-creatie met de docenten van de opleiding Communicatie.

Hoofdredacteur
Jeroen van der Zeeuw

Eindredacteur
Karin van de Weerdhof

Ontwerp
Peter van Beek

Realisatie
Anoek Blankespoor – Studio Poco

Fotografie
Evie Langeveld, eigen beeldmateriaal

Redactieadres
Christelijke Hogeschool Ede,

lectorat Journalistiek en Communicatie
Oude Kerkweg 100, 6717 JS, Ede.
Tel. 0318–696300

Vragen of het hele magazine bestellen?
Neem contact op via lectoraatjenc@che.nl.
Niets uit deze uitgave mag geheel of gedeeltelijk worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar worden gemaakt zonder schriftelijke toestemming van de uitgever. De uitgever sluit elke aansprakelijkheid als gevolg van druk- en zetfouten of eventuele onjuistheden in deze uitgave uit.

Komt een *Veganist* bij de *buurtBarbecue*

Je bent er heilig van overtuigd dat we in een zeer ernstige klimaatcrisis leven: onze levensstijl ontwricht het klimaat, resulteert nu al in groot lijden in het mondiale zuiden en dat wordt alleen maar erger. Je bent stap voor stap je eigen leven aan het verduurzamen: consuminderen, zo veel mogelijk tweedehands kopen, met de trein op vakantie in plaats van het vliegtuig, elektrische auto; het huis verduurzamen met zonnepanelen, warmtepompboiler, infrarood verwarming, van het gas af. En dan nog een paar scheppen erbovenop: plantaardig eten en verpakkingsvrij boodschappen doen.

Timo Jansen

Ondertussen zie je anderen verre vliegvakanties boeken, een dikke SUV rijden, winkelwagens vol plastic verpakkingen afrekenen bij de kassa. Niet vrijblijvend, want dat gebeurt op diezelfde aarde waarop jij ook leeft -jijzelf én alle klimaatslachtoffers in het mondiale zuiden. Het voelt als iemand die ongevraagd een sigaret opsteekt in dezelfde ruimte als waar jij zit. Vraag je de roker om te stoppen of om weg te gaan, ga je zelf weg, ga je de dialoog aan? Anno nu sta je in Nederland in je volste recht om de roker te vragen te stoppen of om weg te gaan, terwijl dat enkele decennia geleden nog wel anders was: de glazen met sigaretten op de salontafel

waren juist een teken van gastvrijheid. Wie door astma niet tegen de rook kon, had zelf een probleem. Stel dat je weet hoe ernstig het gesteld is met de wereld. Je weet dat het zin heeft om duurzame stappen te zetten (Thunberg, 2022). Tegelijkertijd weet je bijna zeker dat het nooit genoeg zal zijn om de klimaatontwrichting nog enigszins binnen de perken te houden. Je ziet overheden, bedrijven en consumenten die blijven produceren en consumeren alsof jouw diepe, doorleefde overtuiging een illusie is, een vage herinnering aan een nachtmerrie. Dat is een ongemakkelijke waarheid, hoe houd je het hierin uit en wat doe je?

“ Als we de maatschappij anders inrichten, kan gedragsverandering voor 40 tot 70 procent minder CO₂-uitstoot zorgen.

Linda Steg, hoogleraar omgevingspsychologie

Klimaatcommunicatie

Ik houd mij bezig met klimaatcommunicatie: hoe communiceer je zó over klimaatverandering, duurzaamheid, milieuvriendelijk handelen dat je (nieuwe) doelgroepen bereikt en niet afstoot? Met andere woorden, hoe bereik je mensen buiten je eigen bubbel? Dit geldt voor overheid richting burgers, overheid richting bedrijven, B2B en B2C. Visie hierop kun je vertalen naar strategie en beleid en uiteindelijk vindt die communicatie ook deels plaats van mens tot mens (H2H); dan hebben we het over interpersoonlijke communicatie. In dit artikel pendel ik tussen mondiale problematiek en buurtniveau, tussen theoretische concepten en praktisch handelen. Kurt Lewin zei het al: “Niets is zo praktisch als een goede theorie.” Socrates onderzocht grote filosofische kwesties door mensen te bevragen op praktijkervaringen. Een dergelijk socratisch gesprek blijkt ook nu nog zeer helpend te zijn om complexe vraagstukken met elkaar te verkennen. In dit artikel komt theorie en praktijk samen, als een soort uitgeschreven socratisch gesprek.

Buurtbarbecue

Als casus heb ik gekozen voor de veganist die naar de buurtbarbecue gaat. Hij gaat, dat is al een keuze. Met deze keuze start de queeste van de klimaatcommunicatie bij de buurtbarbecue. Hij had immers ook weg kunnen blijven. Nicolien de Jong (2013) noemt dit wegblijven een *identity lock-box*. Omdat je anders bent dan de anderen, houd je afstand; voor iedereen wel zo gemakkelijk. De vervolgvraag is: neemt de veganist zijn eigen vegan eten mee voor op en bij de barbecue? Of pakt hij een vegan selectie van wat de organiserende burens hebben ingekocht? Als hij pech heeft, is dat alleen de maïskolf op de barbecue, de groene salade voor erbij en een paar stokbroodjes. En dit is nog maar het begin, want zijn eetgedrag valt sowieso op en leidt tot opmerkingen, meningen vormd als vraag, ongevraagde adviezen, grapjes en roddels (buurman met braadworst zegt er wat over tegen overbuurman met speklap, zo hard dat de veganist het kan horen). Maar, als de veganist geluk heeft, volgt er een open, oprechte vraag: “Hé, vegan, dat wist ik niet. Vertel eens?”

Missie of presentie

Laten we ervan uitgaan dat de veganist niet wegloopt van de vraag maar deze beantwoordt, dan dient het volgende dilemma zich aan: wil hij de oprecht

geïnteresseerde buurvrouw van twee huizen verderop overtuigen om ook vegan te gaan eten? In de woorden van De Jong (2013): heeft hij een missie die hem drijft? Of waardeert hij vooral de belangstelling en het contact met zijn buuf en staat de relatie centraal (presentie)? Kiezen voor missie of presentie zal sterk afhangen van zijn overtuigingen: is de wereld nog te redden als iedereen radicaal duurzaam gaat consumeren? Of in de mildere variant: “Alle beetjes helpen, dus iedereen die ik weet te overtuigen, is er eentje en dat is dan weer mooi meegenomen.” Of: “Ik ga de wereld niet redden door fanatiek iedereen te overtuigen; ik deel mijn overtuigingen en keuzes, ter inspiratie, en het is aan de ander om te kiezen wat die ermee doet.” Zijn overtuigingen (*beliefs*) zullen zijn gedrag bepalen.

In gesprek

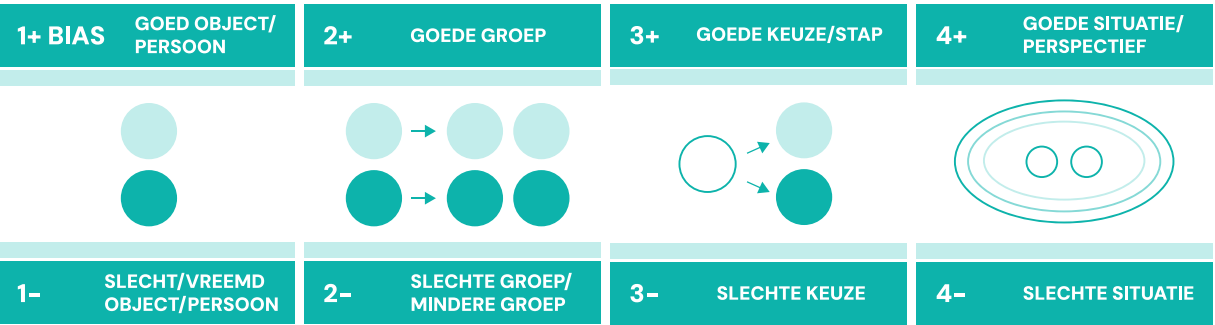
We pakken het verhaal weer op bij die uitnodigende vraag: “Hé, vegan, interessant, dat wist ik niet. Vertel eens?” Dit is zijn kans, het moment waarop de veganist heeft gewacht. Hét moment voor *The Big Talk*. Of het nu gaat om evangelisatie, seksuele voorlichting aan je kinderen of het klimaat: als het moment daar is, zijn we geneigd de gelegenheid maximaal benutten en de ander murw te praten. Het risico is aanwezig dat de veganist vanuit zijn missie een massieve monoloog afsteekt waar de ander met geen mogelijkheid tussen kan komen. Of dat hij alsnog zijn mening voor zich houdt (*identity lock-box*) door de vraag af te wimpelen of heel oppervlakkig te beantwoorden.

Morele psychologie

Waarom is dit allemaal zo ingewikkeld? Omdat wij als sociale wezens een voorkeur hebben voor verbinding, het bekende en het vertrouwde. Dit geldt voor personen, groepen, dingen, meningen, daden en situaties (nu of toekomstig). Hierover sprak ik Nicolien de Jong, neuropsycholoog en onderzoeker morele psychologie. Zij vertelt dat we niet slechts een voorkeur hebben voor bekend en vertrouwd, maar dat uit hersenonderzoek blijkt dat we daadwerkelijk minder goed overweg kunnen met het onbekende en afwijkende. Het brein, vertelt De Jong in een interview (2024), ‘protesteert’ als het zich moet inleven in een afwijkend standpunt. Dat komt onder meer doordat ons brein heel snel een inschatting maakt van wat ‘goed’ is: bekend en vertrouwd is doorgaans ‘goed’, onbekend en afwijkend is ‘slecht’. Slechte opties verkennen kost het brein moeite, evenals slechte aspecten (nadelen) van een relatief goede optie.

“ Het brein protesteert als het zich moet inleven in een afwijkend standpunt.

Nicolien de Jong



De Jong, N., De Jong, H. J., Van Bergeijk, A. M. T. (2024) Morele Psychologie in Patronen. Handreiking voor begeleiders van asielzoekers en statushouders. ESF-project ‘Your Global Future. Christelijke Hogeschool Ede

Hoe kunnen we dan omgaan met onbekende, afwijkende personen en zaken, groepen, keuzes en situaties en -nog belangrijker- het daarbij uithouden, in gesprek blijven en gezamenlijk beslissingen nemen?

De Jong (2024) heeft bovenstaand model ontwikkeld. Ons brein geeft de voorkeur aan de bovenkant van het schema: goede objecten/ personen (1+), een goede groep (2+), goed gedrag (3+) en een goede (toekomstige) situatie (4+). Maar wat gebeurt er als ons brein een van deze vier aspecten als ‘slecht’ beoordeelt? Hoe kun je de kloof van ‘slecht’ naar ‘goed’ overbruggen in de interactie met anderen? Of, in de woorden van De Jong (2024): hoe schaak je in deze situatie? Terug naar de situatie van de veganist op de buurtbarbecue in gesprek met de buurvrouw. Een aantal punten scoort goed: ervan uitgaande dat ze als burens een positieve relatie hebben, zien ze elkaar als goed persoon (1+) en als onderdeel van een goede groep (2+). Bovendien kan ieder kiezen wat hij wil (3+) zodat elk kan genieten van een lekkere kipsaté dan wel een maïskolf (1+). Bovendien is een ontmoeting met een veganist op de buurtbarbecue een stuk aangenamer (4+) dan in de file op de A12 vanwege een blokkade van Extinction Rebellion (4-).



De Jong, N., De Jong, H. J., Van Bergeijk, A. M. T. (2024) Morele Psychologie in Patronen. Handreiking voor begeleiders van asielzoekers en statushouders. ESF-project ‘Your Global Future. Christelijke Hogeschool Ede

“
De kunst is om in
verbinding te blijven
met de ander en
elkaars brein niet
te overvragen.”

De veganist zou dit kunnen achterhalen door een weder-vraag te stellen: “Wat leuk dat je het vraagt! Vanwaar je interesse?” Dan krijgt hij al snel een indruk waar de ander staat: is het algemene interesse in de buurman? Bijvoor-beeld: “O, gewoon interessant. Ik ben nog nooit een veganist in het wild tegengekomen, daar wil ik weleens wat meer over horen.” In dit geval staan 1+ (persoon) en 2+ (die leuke buur die iets interessants heeft) centraal. Of wil de belangstellende buuf juist wat over zichzelf kwijt? Bijvoorbeeld: “Respect hoor! Ik probeer zelf ook wat in mijn eetgewoonten aan te passen maar ik vind het zo lastig: kijk, sta ik hier met mijn stukje plofkip... Ik ben benieuwd hoe jij dat doet.” Bij deze laatste reactie blijkt de buurvrouw ambivalent tegenover het gedrag te staan (3+/-): het is nastrevenswaardig (positief) maar ook lastig (negatief). Als de veganist dan reageert met “Ja, het is ook best lastig”, dan geeft hij een mooie erkenning voor punt 3 maar bevestigt hij ook punt 2: “wij zijn beiden mensen die ons zorgen maken”.

Dat had je nou niet moeten zeggen!

Onlangs had ik zelf een inzichtgevende ervaring met bovenstaande. Ik bezocht een whiskyproeverij, georganiseerd door vrienden. Zij vroegen mij of ik die heerlijke vegan makreelrilllette van Peas Maker (www.peasmaker.nl) wilde maken voor de dertig man op de whiskyproeverij. Toen het moment daar was, serveerde ik voor iedereen toastjes met makreelrilllette, zonder het woord vegan. Het hapje paste perfect bij de geschonken whisky's en aan mijn eigen tafel vertelde ik erbij dat het vegan was. Er ontstond een leuk gesprek waarbij ze mij waardeerden voor de ruimte die ik hun bood om andere keuzes te maken (we bleven primair whisky liefhebbers, 1+ en 2+) en ze zagen het hapje als heerlijke aanvulling op wat er al stond (1+ en 3+) in plaats van dat hun een keuze werd afgenomen (3-) en zo bleef het een gezellige whiskyavond (4+).

Daarna liep ik nog even rond en twee tafels verder kreeg ik complimenten over de makreelrilllette. Ik antwoordde dat deze vegan was. Direct betrok hun gezicht en zeiden ze: “Dat had je nou niet moeten zeggen!”. Fascinerend. De lekkere makreelrilllette (1+) was ineens slecht gewor-den (1-) door mijn opmerking. Het zou zelfs kunnen dat ze mij ook ineens een stuk minder vonden (Veganist!, 1- en 2-), dat ik ze erin geluid had (3-) en -als ik het nog verder dramatiseer- dat ik de sfeer van hun gezellige avondje had verpest (4-).

Kortom, dezelfde situatie maar met groot verschil in relatie: een goed gesprek met mijn tafelgenoten of

een losse opmerking twee tafels verder leidde tot een compleet andere uitkomst. In het algemeen geldt dat ‘schaken’ in de bovenkant van het schema het beste werkt, maar af en toe een uitstapje naar de onderste helft, doordat de ander daarover begint of door zelf een prikkelende opmerking te maken, is soms onvermijdelijk en wellicht ook helpend. De kunst hierbij is om in verbinding te blijven met de ander en elkaars brein niet te overvragen.

Conclusie

Hoe blijf je in verbinding met de ander zonder elkaars brein te overvragen? Het onderzoek van De Jong (2024) levert principes op die zowel toepasbaar zijn op micro-niveau (in interpersoonlijke communicatie), op meso-niveau (binnen of tussen organisaties en consumenten) als op macroniveau (overheid richting bedrijfsleven of burgers). Of het een discours is over corona, migratie of klimaat; of het overheidscommunicatie betreft of een gesprek bij de buurtbarbecue, de handvatten voor analyse en interventies blijven hetzelfde. Tegelijkertijd is er wel degelijk volop werk aan de winkel om deze handvatten te concretiseren in vaardigheden en methodieken die toegespitst zijn op een specifiek thema als klimaatcommunicatie met daarbinnen uiteenlopende situaties elk met hun eigen context, complexiteit en dynamiek. ●

Gebruikte en aanbevolen bronnen

- De Jong, N. (2013). *Werken aan je moraal*. Boekencentrum.
- De Jong, N. (2024). *[Ongepubliceerd manuscript]*.
- Hermans, W. (2023, 5 oktober). Evert Jan Ouweneel: ‘De kinderen Gods kunnen alleen maar onverbeterlijke optimisten zijn.’ *De Nieuwe Koers*, 8(2023). Geraadpleegd op 17 september 2024, van <https://denieuwekoers.nl/artikel/de-kinderen-gods-kunnen-alleen-maar-onverbeterlijke-optimisten-zijn/>.
- Het Socratisch Gesprek. (z.d.). *Wat is een socratisch gesprek?* Geraadpleegd op 17 september 2024, van <https://hetsocratischgesprek.nl/socratisch-gesprek/>.
- Laverman, N (2021). Your Ancestor [Lied]. Geraadpleegd op 17 september 2024, van <https://nynkelaverman.nl/en/song/your-ancestor>.
- Peas Maker. (z.d.). *Vegan makreelrilllette*. Geraadpleegd op 17 september 2024, van <https://www.peasmaker.nl/blogs/alle/vegan-makreelrilllette>
- Stichting Klimaatpsychologie. (z.d.). Geraadpleegd op 17 september 2024, van <https://www.klimaatpsychologie.com>
- Tearfund. (z.d.). *Groengelovig*. Geraadpleegd op 17 september 2024, van <https://groengelovig.tearfund.nl/>
- Thunberg, G. (2022). *Het klimaatboek*. De Bezige Bij.

Wat vind ik, wat wil ik?

Steeds meer wetenschappers en denkers uit verschillende disciplines komen tot de overtuiging dat de klimaatontwrichting een enorme impact op deze wereld gaat hebben. We zullen moeten accepteren dat het een stuk erger gaat worden dan het nu al is. Alles doen wat mogelijk is zodat we dit voorkomen, is wensdenken; niets meer doen omdat het toch allemaal misgaat, is doemdenken. Wat is dan precies ‘doen wat we kunnen’? Of, iets persoonlijker: wat is voor mij ‘doen wat ik kan?’

Activisme als afweermechanisme

Welke copingstijlen in het algemeen en welke afweermechanismen in het bijzonder zetten we zoal in om het uit te houden in deze ongemakkelijke waarheid? Caroline Hickman, Britse hoogleraar in Klimaatpsychologie (www.caroline-hickman.com), sprak op 13 januari 2024 op het congres van de Klimaatpsychologen (www.klimaatpsychologie.com). Zij sprak over activisme als copingstijl: de veganist stelt een ambitieuze lijst van duurzame keuzes en gedragingen op, met veel inspanning en opoffering vinkt hij deze stuk voor stuk af en dan ontdekt hij aan het eind dat hij het klimaat er niet mee redt en dat anderen niet veranderd zijn. Veel klimaatbewusten komen dan in een zwart gat terecht. De kunst is om het uit te houden in de uiterst ongemakkelijke, confronterende en schurende realiteit van het niet-weten en niet kunnen fiksken, zonder in depressie en apathie te vervallen.

Bronnen van hoop

Uit welke bron(nen) put ik om hoop te houden? Naast psychologische principes plaats ik graag ook een christelijke bron: Evert Jan Ouweneel, cultuurfilosoof. De essentie van zijn ideeën is terug te lezen in *De Nieuwe Koers* van oktober 2023 (Hermans, 2023).

Ouweneel noemt twee aspecten:

1. Genade, als bron om te balanceren tussen ernst en mildheid;
2. Het vermogen om ons te blijven verwonderen over de schoonheid van de schepping, over wat er allemaal nog wel goed en mooi is.

Samen leiden deze aspecten tot een houding van enthousiasme én verontwaardiging. Op deze houding hebben christenen echt niet het monopolie (gelukkig maar!), maar christenen kunnen dit toeschrijven aan God en hoop putten uit hun geloof.

Hoe houd ik de moed erin, hoe blijf ik optimistisch? Waarom zou ik proberen zo duurzaam mogelijk te leven als ‘de rest’ dat niet doet en het nauwelijks zoden aan de dijk zet? Ik zie drie redenen:

1. Integriteit: trouw zijn aan mezelf, congruent handelen (De Jong, 2013);
2. Ook al weet ik dat ik het probleem niet op kan lossen, iets doen maakt de situatie dragelijker dan niets doen;
3. Individueel gedrag is besmettelijk; anderen nemen het over, waardoor het weliswaar een klein direct effect heeft maar mogelijk een groot indirect effect.

Na dit zelfonderzoek om positie te bepalen (wat vind ik en wat wil ik?), is de vervolgvraag: hoe ga ik vanuit deze positie de interactie aan met anderen, die er wellicht compleet anders in staan?

Communicatie is geen vak voor bange mensen, stelde Paul Stamsnijder al in 2020. Wie het vak serieus neemt, weet: de strategische rol van communicatieprofessionals brengt verantwoordelijkheid met zich mee. Dat vraagt om lef, zelfreflectie en een blik die verder reikt dan het eigen organisatiebelang. Het vraagt om empathie – om ‘common good’ communicatie, waarin ook de belangen van de samenleving en minder gehoorde stemmen worden meegenomen.

Het artikel dat je zojuist gelezen hebt, komt uit het magazine *COMM'ON*, dat precies over deze benadering gaat. De titel is niet voor niets een knipoog naar *common good* én een uitnodiging: kom erbij, denk mee, praat mee. Niet door standpunten te herhalen, maar door vragen te stellen, dilemma's te verkennen, en te zoeken naar waarden die verbinden.

Voor dit magazine nodigde het lectoraat Journalistiek & Communicatie collega's uit het docententeam uit om vanuit hun eigen expertise te schrijven over het vak. Het resultaat is een breed en rijk palet aan thema's: van inclusieve communicatie en identiteitsmarketing tot leiderschapscommunicatie en transitiekunde. Zelfs de vraag wat je doet als je communicatiebaan een *bullshit job* blijkt, gaan we niet uit de weg.

In *COMM'ON* krijg je ook een inkijkje in wie wij zijn: de mensen achter de opleiding Communicatie aan de CHE, en wat ons drijft. Onze benadering is relationeel en geworteld in onze christelijke identiteit. Het Engelse woord *respons-ability* zegt het mooi: het vermogen om te verbinden én verantwoordelijkheid te nemen.

De elf bijdragen in dit magazine laten zien dat common good-communicatie niet vaag of vrijblijvend is, maar juist stevig verankerd in de praktijk. We hopen dat deze verhalen je aan het denken zetten, inspireren of misschien zelfs aanmoedigen om zelf bij te dragen – aan één van deze elf praktijken, of door er een twaalfde aan toe te voegen.

Het hele magazine op je deurmat? Mail naar lectoraatjenc@che.nl.

