

# De lach en mediation een verkenning

Humor is een serieuze zaak, ook in conflict. Een slecht getimedede glimlach kan een ingewikkeld gesprek laten ontploffen, maar op een ander moment kan juist een ontwapenende lach tot een deal leiden. De combinatie conflict en lach lijkt op het eerste gezicht onlogisch, maar wie veel aanzit in lastige gesprekken weet: humor kan een mijneveld, maar ook een goudader zijn. In het standaardwerk *Handboek Mediation* komt humor er bekaaid van af.<sup>1</sup> Eén schamele vermelding op 600 pagina's wijsheid. Merkwaardig als je bedenkt dat mediation over communicatie en verbinding gaat. Intuïtief lijkt geen non-verbale vorm van communicatie zo effectief verbindend als de lach.

DOOR CARST JOUSTRA ILLUSTRATIES KATINKA POLDERMAN

In september van dit jaar deelde cabaretier Katinka Polderman in een zaal vol conflictprofessionals haar visie op het fenomeen zakelijke mediation in woord en beeld. Polderman, zelfbenoemde Beslisbomenmaker des Vaderlands, fileerde tot hilariteit van alle aanwezigen daarbij zowel de aanpak mediation als de betrokken professionals als de deelnemers. Er kan dus hard gelachen worden zowel om mediators als om het vak mediation. Maar hoe zit het nou met lachen tijdens mediations? Hoe werkt humor en is gelach actief in te zetten? Als mediator die soms de lol van complexe conflicten in kan zien, wil ik dit graag beter begrijpen. Tijd voor een verkenning.

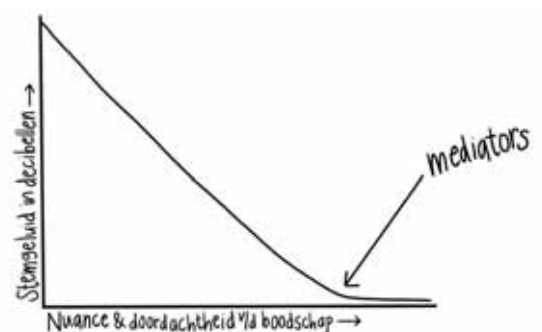
## De wetenschap rondom lachen

Eerst de boeken in: er bestaat het nodige wetenschappelijk onderzoek – medisch, psychologisch en sociologisch – naar humor en de lach.<sup>2</sup> Lachen wordt veroorzaakt door een stimulus, dat kan een interne prikkel zijn (denk: binnenpretje) of een externe (denk: een geslaagde mop). Een mens lacht gemiddeld achttien keer per dag hardop. Mensen met depressieve klachten lachen aantoonbaar minder.<sup>3</sup> In het verlengde daarvan durf ik de conclusie aan dat ook mensen in heftig conflict minder positieve emoties ervaren en minder vaak zullen lachen.

Uit onderzoek volgt dat lachen bij de mens ook lichamelijke effect sorteert. Lachen is aantoon-

baar stressverlagend en het heeft ook een positieve invloed op het menselijk immuunsysteem. Tot slot verlaagt het de bloeddruk. Dus het gezegde 'lachen is het beste medicijn' is wetenschappelijk aangetoond.

Naast deze lichamelijke effecten is de sociale impact van humor en lachen interessant. De mens zet de lach in als sociale radar, als test om via grapjes gelijkgestemden te ontdekken. Breder beschouwd werkt lachen als sociaal smeermiddel om banden tussen individuen te smeden en versterken: als je iemand toelacht, bied je bevestiging en goedkeuring. En als mensen samen lachen creëert dat positieve verbinding. Niet voor niets heeft de evolutie ervoor gezorgd dat de mens in haar meest weerloze fase, als baby, het lief lachen als middel in kan zetten om sympathie en hulp te krijgen.

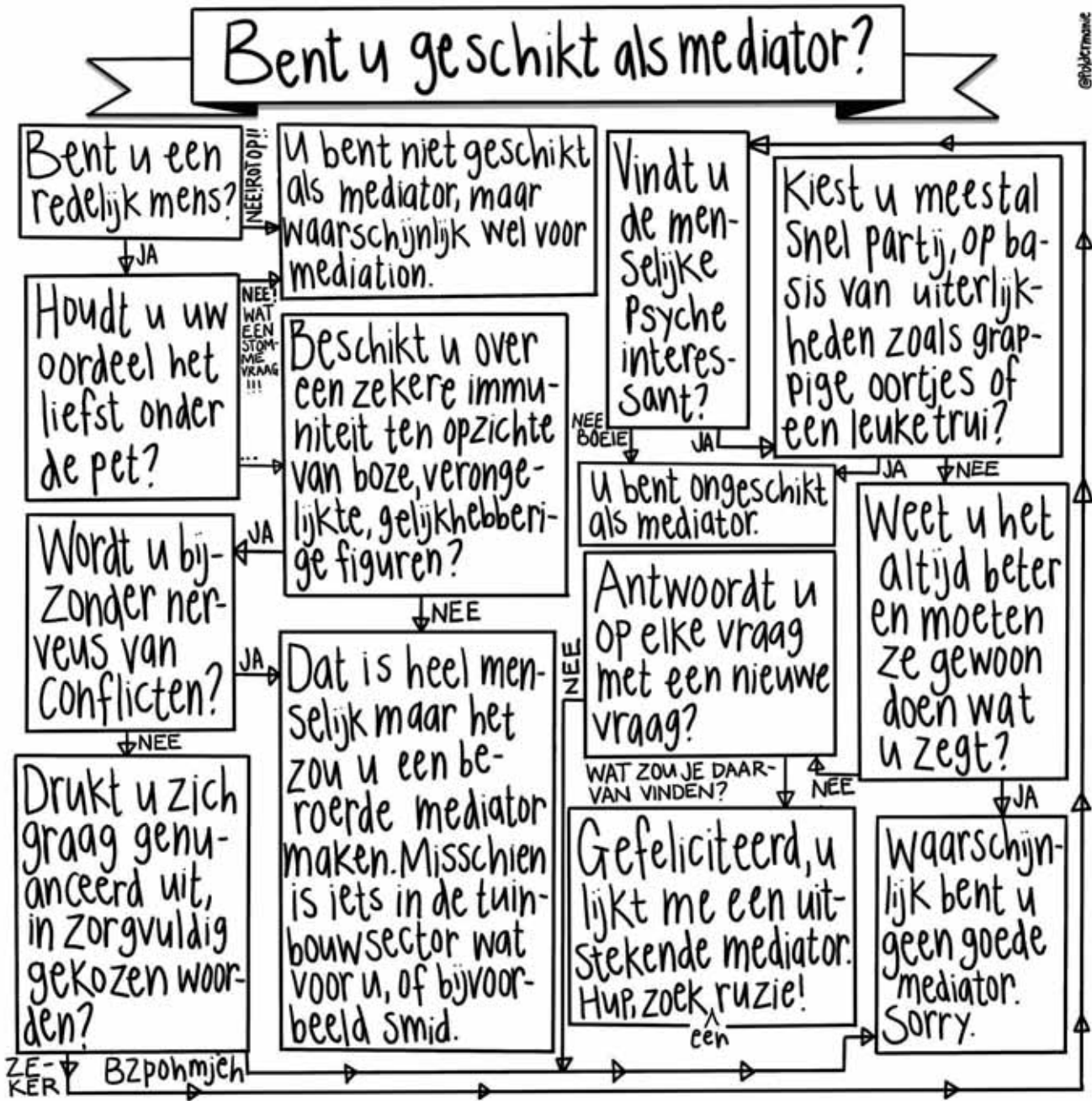


© Katinka Polderman/Poldermanie



**Carst Joustra**

is zakelijk mediator, medeoprichter en partner YoumanFischer in Amsterdam



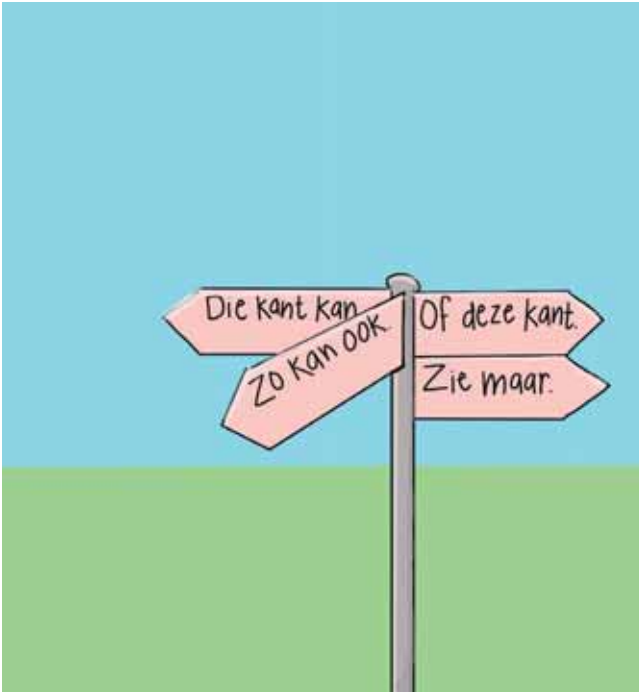
© Katinka Polderman/Poldermanie

Lachen vormt een dus belangrijk communicatiemiddel. We lachen niet alleen als we plezier hebben, het kan ook gewoon een uiting van vriendelijkheid zijn. Lachen kan daarnaast voortkomen uit andere, minder 'positieve' emoties zoals nervositeit en schaamte. De lach kan zelfs een teken van dominantie en macht zijn. <sup>4</sup> Dan doel ik niet alleen op de demonische lach van de James Bond-schurk, denk vooral ook aan de dynamiek rond het uitlachen van een ander. Ingewikkeld dus. De lach is een uitgesproken vorm van communicatie, maar wel een uiting die niet eenduidig is.

**Humor als middel: directe toepassing**

Humor is dus als instrument in te zetten om iets bereiken. Een grap kan spanning verlagen en verbinding creëren. De gerichte inzet van humor is aantoonbaar effectief om een praktisch doel te behalen. <sup>5</sup> Elke slimme reclamemaker of docent weet dat je met humor gedrag kan beïnvloeden: je

kunt er mee informeren, verleiden en overtuigen. Zo leent humor zich uitstekend voor het overbrengen van kennis, ieder herinnert zich die leuke leraar die de liefde voor een vak heeft aangewakkerd. Datzelfde geldt voor het aanprijzen van een product, getuige de humoristische reclames zoals van Snickers en Volkswagen. De instrumentele benadering, met zenden en overtuigen, lijkt minder toepasselijk voor een neutrale bemiddelaar. Een (register)mediator zit niet aan tafel om actief kennis over te dragen, noch om een bepaalde oplossing door te duwen. In algemene zin geldt dat een mediator die veel aandacht op zichzelf vestigt op die manier zelden verbinding tussen partijen bevordert (of het moet de gedeelde irritatie over de mediator zijn). De *How can I make this about me* van de mediator helpt de deelnemers niet. De ideale mediator is zo gezien een vlakke, niet te uitgesproken persoon, zonder uitgesproken mening over doel of richting.



© Katinka Polderman/Poldermanie

### Humor, maar dan indirect

Over de indirecte kracht van humor ging een onderzoek naar *canned laughter*, de lachband, die we kennen van oude comedyseries zoals *Friends* en *Zeg eens AAA*. Zo'n lachband beïnvloedt het publiek door duidelijk te maken waarover, en wanneer, er gelachen mag worden. Als iemand weet of er gelachen kan worden, en op welk moment er iets grappigs is, dan is de kans op daadwerkelijk gelach groter. Het idee van een lachband in mediation is op zich al lachwekkend, maar een subtielere toepassing van hetzelfde principe biedt aanknopingspunten: zonder grappen te hoeven maken, kan de mediator de kans op samen lachen bevorderen.

## Als er gezamenlijk wordt gelachen, leidt dat tot verbinding tussen aanwezigen

Onderzocht is dat als mensen samen lachen, dit een teken vormt dat zij een voldoende mate van sociale veiligheid ervaren.<sup>6</sup> Dus als het lukt comfortabele randvoorwaarden te scheppen, groeit de kans op lachen aanzienlijk. Als er dan vervolgens daadwerkelijk gezamenlijk wordt gelachen, dan leidt dat tot verbinding tussen aanwezigen. En zo ontstaat een vruchtbare bodem voor wederzijds begrip (ook al is men het oneens over de inhoud) en groeit de kans op overeenstemming over gezamenlijke uitkomsten. In mediation lijkt deze causaliteit laaghangend fruit voor de bemiddelaar. Door onopvallend een veilige sfeer te helpen scheppen wordt gewerkt aan de toekomstige lach in mediation. En voor de dapperen is er in deze voorwaardenscheppende zin ook een actievere interventie denkbaar: als een omstandigheid of besproken feit onbedoeld geestig uitpakt (in het Engels: *unintentional of accidental comedy*), licht het neutraal uit en benoem het.

### Wat is leuk?

Als de lach kan werken, dan moeten we antwoord hebben op de vraag: wát is grappig? Helaas: of iets (of iemand) humoristisch ontvangen wordt, is geen exacte wetenschap. Alles is afhankelijk van de context. Als individuen eenzelfde taal, achtergrond of leeftijd hebben, dan is de kans op samen lachen groter. Zonder voldoende (moeder)taalvaardigheid wordt humor heel lastig. Daarnaast is dus timing cruciaal: betrokkenen moeten wel snappen dat er iets te lachen valt. De plaats van handeling is daarbij essentieel: dezelfde goede grap leidt wel tot gelach op een borrel, maar niet bij een uitvaart van een dierbare. Toch kan er ook bij begrafenissen gelachen worden; google maar eens op 'Eulogy + John Cleese' en bekijk hoe humorist Cleese op de begrafenis van zijn beste Monty Python vriend, Graham Chapman (stierf 48 jaar jong), de geëmotioneerde zaal keihard door de tranen heen laat lachen. Iedereen is samen en verbonden, zelfs in een droeve achtbaan van emoties.

Als rond de doodskest kan worden gelachen, dan kan het ook in mediation. Ook daar lijkt timing het sleutelwoord: in de verschillende stadia van het mediationproces kan humor verschillend uit pakken.

### Humor in verschillende stadia bemiddeling

In mediation lijken de een-op-eengesprekken, zoals het voorgesprek en de caucus, momenten waar humor met beperkt risico inzetbaar is. 'Die ander' is daar niet bij, waardoor deelnemers mogelijk minder gesloten en gespannen zijn. In de aftastfase van een voorgesprek kan een licht grapje voor ontspanning en voor verbinding met de mediator zorgen. Milde zelfspot kan uitstekend, want goed gedoseerde kwetsbaarheid kan bij anderen veel in beweging zetten.<sup>7</sup> Mits de mediator zijn eigen professionaliteit niet al te zeer ondermijnt. Dus wel: grapje over onhandig koffie knoeien. En niet: breeduit vertellen hoe je klungelige *slip of the tongue* een onderhandeling bijna verpestte – bewaar die anekdote maar voor de intervisie.

De gezamenlijke mediationsessie vormt de alleringewikkeldste arena voor de toepassing van humor. Bij een tweepartijenmediation is het al complex, laat staan bij groepsmediations. Als de grap slaagt dan is de winst aanzienlijk, maar het risico is levensgroot als iemand de grap niet begrijpt of verkeerd interpreteert. Dan richt humor juist schade aan. Want waar samen lachen voor verbinding tussen personen zorgt (inclusie), kan een grap die niet alle aanwezigen begrijpen, of humor op de persoon, juist tot (verdere) verdeling en gevoelens van uitsluiting leiden. Scherpe vormen van humor zoals sarcasme en ironie lenen zich daarom niet voor dit podium, de kans op lachen om personen is dan groot. En lachen om andere emoties te verhullen of overschreeuwen: niet doen.

### Noodplan: humor werkt niet

Geen exacte wetenschap dus, een mijnenveld. Wat te doen als een poging tot grap van een deelnemer of mediator niet goed valt? Als een humoristisch bedoelde opmerking of grap fout valt kan de mediator het beste in actie komen: direct benoemen en expliciet maken. Als een deelnemer zo'n misser maakt: probeer via meta-communicatie de deelnemers de situatie te laten ontleden en indien mogelijk via normaliseren



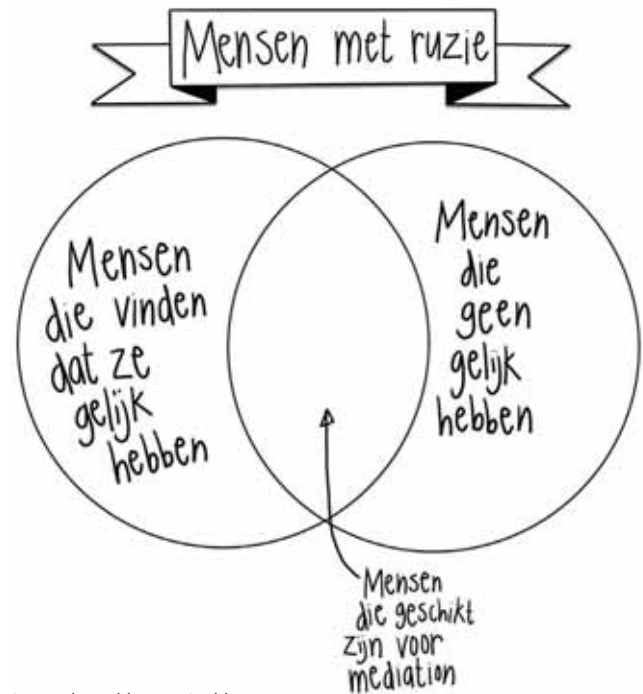
te neutraliseren – zonder daarbij als mediator de deelnemer te 'redden'. En als het een eigen grap van de bemiddelaar is die niet begrepen wordt, is het raadzaam direct met de billen bloot te gaan: boetekleed en excuses. En natuurlijk, als daar later in het proces ruimte voor ontstaat, luchtig op de eigen misser terugkomen, en dat inzetten als normalisering.

## Lachen om andere emoties te verhullen of overschreeuwen: niet doen

Resumerend brengt deze verkenning mij tot een zestal praktische tips, waar de lezer net als ik wellicht voordeel mee kan doen. Om zo misschien toch een goudklompje in het mijnenveld bloot te leggen:

1. **Faciliteer de prettige, veilige sfeer.** Het is eigenlijk makkelijker dan men denkt: door een veilige setting in gesprekken te bevorderen, wordt de kans op samen lachen risicoloos groter. Ook hier geldt de regel: als mediator niet te hard werken, het ligt bij en tussen deelnemers.
2. **Humor als bindmiddel.** Samen om iets lachen: graag. Lachen om een ander: doodzonde.
3. **Timing is alles.** Bij geringe twijfel de grap niet maken, bij conflictpartijen staat het gevoel voor humor op sluimerstand.
4. **Ken je publiek:** achtergrond, taal, culturele context, alles is van belang of iets grappig wordt gevonden. Hoe groter de variëteit tussen deelnemers, hoe kleiner de kans op gezamenlijke humor.
5. **Zelfspot van de mediator:** mits goed getimed bevordert dit verbinding en ontspanning.
6. **Ai, de grap valt fout:** direct benoemen en waar nodig een ruimhartig *mea culpa*. Vooral van deze misser leren, maar eerst aan tafel redden wat er te redden valt.

Veel dank is verschuldigd aan Katinka Polderman die toestemming gaf haar illustraties, gemaakt ter viering van het



© Katinka Polderman/Poldermanie

1,5-jarig bestaan van YoumanFischer, te gebruiken voor dit artikel. Voor meer over Katinka Polderman zie: [www.poldermanie.nl](http://www.poldermanie.nl). ■

### NOTEN

1. A. Breninkmeijer e.a., *Handboek Mediation*, Den Haag: Sdu 2017.
2. R.R. Provine, *Laughter, a scientific investigation*, Viking 2000.
3. M. Strick, *Humor is een van de vier pijlers onder het universum (de andere drie ben ik vergeten)*, Balans 2020.
4. S.J. Ko, M.S. Sadler & A.D. Galinsky, 'The sound of power: Conveying and detecting hierarchical rank through voice', *Psychological Science* 2014/1.
5. M. Strick e.a., 'Humor in reclame: De onbewuste invloed van humor op herkenning, attitudes en gedrag', *Jaarboek Sociale Psychologie*, ASPO press 2005.
6. Provine 2000.
7. Brené Brown, *The power of vulnerability. Teachings of Authenticity, Connections and Courage*, Sounds True 2012.