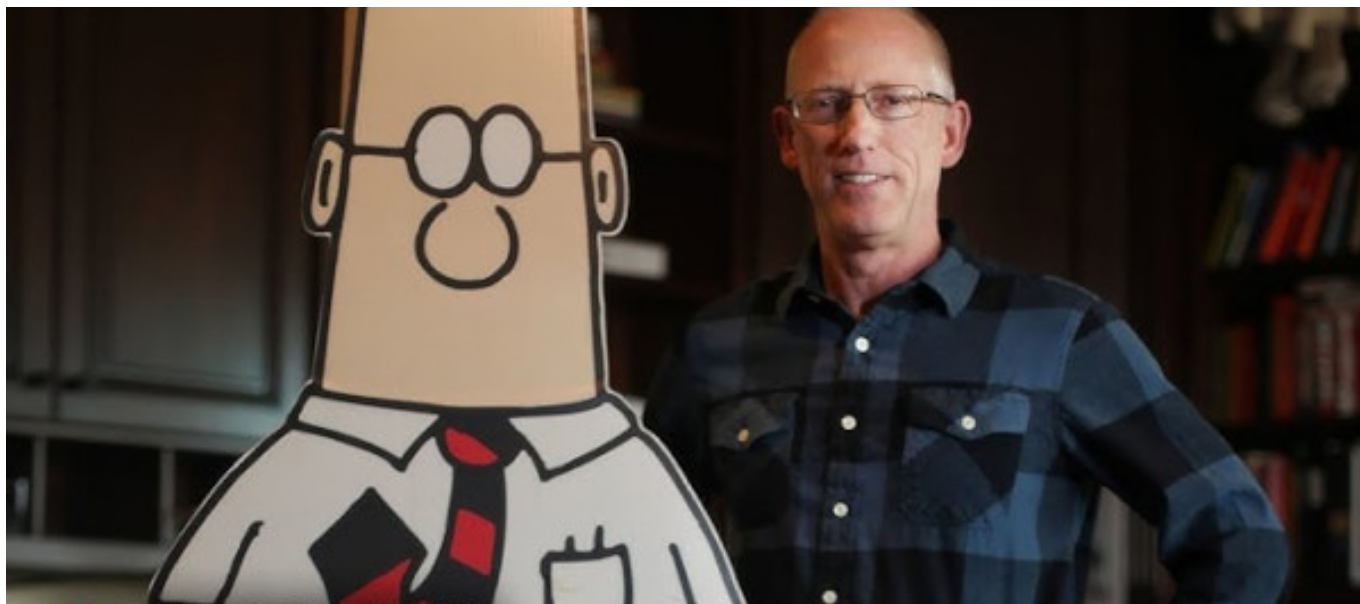




Bedankt en tot ziens, Scott Adams!

Posted on 17 januari 2026 by Eduard Bomhoff

Scott Adams, vooral bekend als bedenker van de iconische stripfiguur Dilbert, was een vriend in de twee eenzame covid-jaren. Hij maakte toen iedere dag een videopodcast onder de titel '*Coffee with Scott Adams*'. Soms met een gast, maar meestal een uur lang alleen. Zo gebruikte hij zijn talenten om – in zijn eigen woorden – iets nuttigs te doen, namelijk om eenzame luisteraars wat '*food for thought*' te serveren en mee te laten denken over de wereld buiten hun huiskamer.

Op 13 januari overleed Scott Adams op 68-jarige leeftijd aan de gevolgen van uitgezaaide prostaatkanker. Adams is een van de twee schrijvers waar ik het meest van heb geleerd over de politieke virtuositeit van Donald Trump (de andere Trump-duider is Victor Davis Hanson, die schrijft over Trumps strategie).

Tijdens covid dronk ik een paar keer per week koffie met Adams en ook las ik twee van zijn boeken: [*Win Bigly. Persuasion in a World Where Facts Don't Matter*](#) (2017) en [*Loserthink. How Untrained Brains Are Ruining America*](#) (2019).

Ongewenste feiten

Het meest recente inzicht dat ik aan hem heb te danken, was een paar weken geleden toen de krant een foto toonde van Trump met de Saoedische kroonprins. Trump wandelde met hem langs de galerij van oud-presidenten en zorgde ervoor dat het beeld van zijn voorganger Joe Biden goed in zicht kwam. Dat was geen portret maar een afbeelding van een 'autopen', een machientje waarmee medewerkers de handtekening van een president automatisch nabootsen.

De media suggereerden dat Trump daarmee nog eens extra wraak wilde nemen op zijn voorganger. Adams legde uit dat Trump een heel ander doel had: Amerikanen zijn ontevreden over de stijgende kosten van levensonderhoud en de Democraten beginnen dat te benadrukken omdat ze daarmee een sterk argument hebben tegen Trump. Die vroeg aandacht voor de foto van de 'autopen', niet vanwege zijn nog niet volledig verwerkte minachting voor Biden, maar in de verwachting dat de media dan zouden ophouden over de inflatie en zouden beginnen over zijn stijl: 'smakeloos', 'geen respect', 'niet presidentieel'.

Zoals Adams ons uitlegde, veranderen mensen niet zo snel van mening. Wie Trump ordinair vond, vindt dat na de foto van de 'autopen' nog steeds. Gevaarlijker voor een politicus zijn ongewenste feiten en dus wilde Trump de cijfers over *'the cost of living'* weg hebben uit de aandacht van het publiek. Dat was zijn bedoeling met de foto.

Hier is een verwante aanbeveling van Adams:

'Criticus: Trump deed vandaag alweer een ordinaire uitspraak.

Jij: Dat is zo, maar onbelangrijk afgezet tegen de economie en de defensie en die staan er allebei sterker voor dan ooit tevoren.

Je zet jezelf op verlies door te betwisten of Trump nu al of niet iets ordinairs zei. Meer effectief is het om kritiek op details te accepteren, maar er snel een kwalificatie op te plakken van "betrekkelijk onbelangrijk". Je doel is om je critici ervan te overtuigen dat ze niet zo goed kunnen onderscheiden wat echt belangrijk is. Je probeert niet om hun opvattingen direct aan te vallen.'

Zodoende had Adams maar een paar woorden nodig als reactie op tegenstanders

van Trump die hem probeerden uit te maken voor een tweede Hitler: 'Niemand wordt een Hitler op z'n zeventigste.'

Banger en bozer

Adams schreef ook rake dingen over de media:

'De technologische innovatie die de nieuwsmedia kapot heeft gemaakt, is het vermogen om de reactie van lezers en kijkers te meten voor elke kop en elke variant van elk verhaal. Zodra we het winstpotentieel kunnen meten van verschillende benaderingen van het nieuws, moeten de nieuwmakers doen wat het beste is voor de winst, want anders schieten ze tekort in wat ze verplicht zijn aan de aandeelhouders. Ook de beloning van de directie hangt af van de winst. (-) Het businessmodel van de media is veranderd van het brengen van informatie naar het manipuleren van de hersenen van lezers en kijkers. (-) Als iets wettelijk mag en winst oplevert, gaan we er veel van zien en lezen. (-) Naarmate de media bekwamer worden om de emoties in onze hersens aan te vuren, zullen we zien dat lezers en kijkers steeds meer bezorgd en boos worden. We zijn banger en bozer – denk ik – dan ooit sinds de Tweede Wereldoorlog. En dat betekent nog meer demonstraties en nog meer verdeeldheid in de toekomst.'

Over winnaars en verliezers in het politieke debat:

'Wie de logica en de feiten op een rij heeft, wil zich daar uiteraard op beroepen. Mensen die geen sterke argumenten hebben proberen gelijk te krijgen door een etiket op de situatie te plakken en dan te doen alsof het niet eens nodig is om met feiten aan te komen. (-) Als je mensen die meer controle op immigratie willen direct uitmaakt voor "racisten" dan doe je niet mee aan een rationele discussie. Mensen die goede argumenten hebben, gebruiken die argumenten. Wie geen goede argumenten heeft, probeert te winnen door een etiket op te plakken. Als jouw kritiek steunt op etiketten plakken in plaats van argumenten over oorzaak en gevolg, dan ben je bezig met "loserthink".'

Verkeerde voorspellingen

Mooi, tenslotte, hoe Adams telkens waarschuwde tegen het idee dat trends onbeperkt doorzetten:

'Economen proberen te voorspellen wat er gebeurt wanneer we een of meer variabelen in een vergelijking veranderen. Maar als je probeert te voorspellen door trends zonder meer door te trekken, dan krijg je voorspellingen zoals:

"De wereldwijde vraag naar kopieerapparaten is op z'n hoogst 5000" (IBM, 1959);

"Waarom zou iemand een computer voor thuis willen?" (Ken Olsen, oprichter van Digital Equipment Corp., 1977);

"We vinden hun muziek onaantrekkelijk, en gitaarmuziek raakt uit de mode" (platenmaatschappij Decca Records, in hun afwijzing van The Beatles, 1962).

Voorspellingen dat huidige trends onbeperkt doorzetten, zijn meestal verkeerd, maar soms nuttig als ze aanmoedigen om de aanpassingen te doen die nodig zijn om een slechte toekomst te voorkomen. Maar verwar niet "nuttig" met "nauwkeurig".

Is dat ook niet de goede manier om aan te kijken tegen de voorspellingen over 'global warming'?

Twee weken voor zijn overlijden koos Scott Adams voor Jezus, met het eeuwenoude argument van Blaise Pascal: je wilt niet het risico lopen om als godsloochenaar bij Petrus voor de hemelpoort te staan. Tot ziens, Scott!

Wynia's Week verschijnt 156 keer per jaar en wordt **volledig mogelijk gemaakt** door de donateurs. Doet u mee, ook in het nieuwe jaar? [**Doneren kan zo.**](#) **Hartelijk dank!**