

Rob Wijnberg

*En mijn tafelheer is Plato*

Een filosofische kijk op de actualiteit



2010

DE BEZIGE BIJ

AMSTERDAM

## Proloog

Wie de politiek anno nu met een sport zou willen vergelijken, vindt in het moderne tennis de perfecte metafoor. Het gaat van links, rechts, links, rechts – maar dan in zo'n hoog tempo dat het bijna niet meer te volgen is. Zag je vroeger nog wel eens een bedachtzame rally vanaf de baseline, nu is het vooral *serve and volley* wat de klok slaat: een politicus gooit een balletje op, mept zo hard hij kan richting zijn tegenstander en rent vervolgens als een kip zonder kop naar de media. Is hij te laat, dan is de kans groot dat hij nog voor aankomst al met een rake klap ter linker- of rechterzijde gepasseerd is; komt hij op tijd, dan is het punt direct zo goed als binnen. (Hop, weer vijftien zetels gescoord.)

Ontstaat er onverhoopt toch een rally, dan begint het vuile spel pas echt. Rechttoe, rechtaan retourneren is er niet meer bij: nee, iedere bal wordt tegenwoordig met zo veel mogelijk *spin* geslagen – in de hoop dat de stuit verkeerd wordt ingeschat. De spindoctors rondom de baan, ook wel ballenjongens genoemd, verzamelen na ieder punt als gekken de misgeslagen ballen om daarna weer op hun hurken bij het net te gaan zitten alsof ze er niet zijn. Heeft een speler even geen munitie meer, dan werpen ze snel een snedige oneliner, een controversieel proefballonnetje of een verontwaardigde reactie toe – of als de partijleider setpunt achterstaat: een handdoekje tegen het zweten.

De journalisten aan de kant volgen dit spel ondertussen aandachtig. Hun ogen zijn allemaal op dat ene balletje gericht. Valt het volgens hen buiten de lijnen, dan schreeuwen ze het uit – maar de baan op lopen om te controleren of het ook echt klopt,

doen ze nooit. Dat mag namelijk alleen de umpire, Maurice de Hond, die na ieder punt even de tussenstand voorleest. Wordt de score betwist, dan wordt onmiddellijk het Centraal Planbureau ingeschakeld, beter bekend als Hawk-Eye: het meetsysteem waarvan niemand precies weet hoe het werkt, maar waarvan de uitslagen niettemin voetstoots voor waar worden aangenomen – mits het de gewenste zijn uiteraard. Het journaal maakt er dezelfde dag keurig melding van, maar laat in de samenvatting enkel nog de ‘breekpunten’ zien. En het publiek? Dat kijkt hoofdschuddend toe.

Althans, dat publiek, dat ben ik. Met stijgende verbazing heb ik de verkiezingen van 2010 aanschouwd. Politiek als een wedstrijd om aandacht met de tussentijdse peilingen als scheidsrechter – zo zou je de campagne wel kunnen samenvatten. Infotainment is niet langer slechts een journalistiek genre, het is een politieke norm geworden. Wie de twee verkiezingsdebatten op televisie zag, voor het eerst georganiseerd door de commerciële zender RTL4, moest soms echt zijn best doen om nog enig verschil met een talentenjacht als *Idols* of *Popstars* te ontwaren. Er werd met belletjes gerinkeld, op knopjes gedrukt en met onliners gestrooid, maar van een inhoudelijke discussie was zelden sprake. Geen wonder ook, gezien de gemiddelde spreektijd van zestig seconden per stelling. Na afloop mocht, zoals het bij een talentenjacht betaamt, een ‘vakkundige jury’ bestaande uit acteurs en andere tv-persoonlijkheden haar ‘kritische oordeel’ geven, geflankeerd door een peiling onder kijkers over de vraag wie het debat ‘gewonnen’ had. Een sms-lijn om te bepalen welke lijsttrekkers er naar de finale mochten, ontbrak nog net. De dagen erna vulden de actualiteitenrubrieken zich niettemin met allerhande analyses van de ‘belangrijkste momenten’ (zeg maar: de leukste audities), zoals Jan Peter Balkenendes uitglijder tegen de presentatrice (‘U kijkt zo lief’) en Emiel Roemers gooi naar de prijzen op het Leids Cabaret Festival (‘U kunt mij van alles

verwijten, maar niet dat ik te vroeg gepiekt heb!').

Hoe de partijen een tweede kredietcrisis in de toekomst dachten te voorkomen of hoe zij de Nederlandse afhankelijkheid van buitenlandse olie wilden verminderen, bleef daarentegen onvermeld.

Om toch nog enige inhoudelijkheid in de verkiezingstijd te waarborgen, organiseerde *de Volkskrant* daarom maar het eerste heuse Twitterdebat, dat lezers in de gelegenheid stelde zelf een vraag aan de lijsttrekkers te stellen. Voor wie niet weet hoe een debat beperkt tot maximaal 140 tekens eruitziet, dat moet ongeveer zo zijn gegaan: @FemkeHalsema: hoe gaat u zonder de economie al te veel schade te berokkenen op termijn het probleem van de #shitmijn140tekenszijnop. Waarop Halsema antwoordde: @Lezer: dat is een zeer complex vraagstuk. Ik denk dat we in eerste instantie vooral moeten inzetten op #shitdemijneookal. Het begrip Twitterdebat kon na afloop definitief als een contradictio in terminis worden afgedaan.

Nu zou je het Twitterdebat als een ludiek, onschuldig experiment kunnen beschouwen, ware het niet dat de tekortkomingen ervan symptomatisch bleken voor de hele campagne. Voortdurend werden er flarden informatie de ether ingeslingerd zonder de context die noodzakelijk was om ze op waarde te kunnen schatten. Journalisten hadden, al dan niet bewust, de economie tot het belangrijkste thema van de verkiezingen verklaard, maar van een campagne over de economie kwam in de praktijk bar weinig terecht. De meeste debatten gingen over *geld*, niet over de economie – een subtiel, maar cruciaal verschil. Speculaties over vijf euro zorgtoeslag meer of minder en 1 procent koopkracht erbij of eraf domineerden de headlines, maar grotere vragen bleven goeddeels buiten beeld.

Vragen als: Wat voor soort economie willen we eigenlijk in Nederland? Gaan we voor het op Karl Marx geïnspireerde SP-model, waarin gelijkheid en sociale zekerheid voorrang krijgen

op economische groei? Of willen we liever het aan Milton Friedman ontleende vvd-model, dat concurrentie en financiële prikkels verkiest boven een sociaal vangnet? Stellen we de ontwikkeling en onafhankelijkheid van het individu centraal, zoals in de op John Rawls geënte kenniseconomie van D66? Of denken we liever vanuit het maatschappelijk middenveld, zoals in het op Amitai Etzioni gebaseerde communitarisme van het cda? Eigenlijk stelde alleen Paul Rosenmöller, sinds kort interviewer bij de Humanistische Omroep, dit soort kwesties aan de orde. Het thema duurzame energie – toch ook niet van gering belang – was hetzelfde lot beschoren: als het al ter sprake kwam, was het fragmentarisch en sporadisch. En meestal tijdens etenstijd.

In een discours met zo weinig samenhang en zo veel aandacht voor bijzaken hoeft het geen verbazing te wekken dat ook op de voorkeuren van de kiezers nauwelijks nog peil te trekken valt. Dat de Nederlander zich steeds minder gebonden voelt aan een specifieke politieke partij of ideologie, is een trend die natuurlijk vooral herleid kan worden tot de ontzuiling in de jaren zestig –, en de individualisering van de samenleving die daarop volgde – maar zo veranderlijk als de politieke verhoudingen tegenwoordig zijn, zijn ze niet vaak geweest. Kiezers drijven bijna letterlijk mee met de waan van de dag. De partij of politicus die vandaag nog de populariteitspolls aanvoert, kan de week erna alweer vergeten zijn – en vice versa. De PvdA weet dat als geen ander. Eind 2009 leken de sociaaldemocraten nog ten dode opgeschreven met een historisch dieptepunt van zestien zetels in de peilingen. Nog geen drie maanden later, toen Job Cohen tot nieuwe partijleider was benoemd en als burgervader van Nederland aan het volk werd gepresenteerd, was de PvdA virtueel alweer de grootste van het land. Cohen mocht opeens dromen van het premierschap, voor sommige PvdA'ers reden genoeg om op Facebook alvast de fanclub 'Yes We Cohen' te lanceren.

Drie moeizame interviews en drie teleurstellende debatten la-

ter leek ook die slogan alweer net zo achterhaald als de linkse lente die hij had moeten inluiden. Job is ‘door het ijs gezakt’, luidde toen opeens de analyse – wat deed vermoeden dat het op links plotseling weer winter was. Op het web deden nu ineens heel andere bijnamen de ronde. Cohen heette de Hakkelaar en de PvdA de Partij van de Aanpassingen. De partijleider zelf bleef er ogenschijnlijk stoïcijns onder, maar enige verbazing zal hem toch niet vreemd zijn geweest. In wat voor circus ben ik in godsnaam beland, zal hij zich heimelijk hebben afgevraagd. Een dag na het eerste RTL Lijsttrekkersdebat zag zijn partij in één klap maar liefst drie zetels verdampen – omgerekend zo’n 10 procent van het totaal.

Ook de SP weet hoe het voelt om in die duizelingwekkende Haagse achtbaan te zitten. De socialisten zijn de afgelopen jaren van wereldbeeld noch van partijprogramma veranderd, maar zagen sinds het vertrek van partijleider Jan Marijnissen hun historische verkiezingsoverwinning van vijftintig zetels in 2006 wel als sneeuw voor de zon verdwijnen. Opvolger Agnes Kant hield het al na een jaartje aanvoorderschap voor gezien – zeventien virtuele zetels armer. Haar opvolger, de veel aimabeler ogende Emiel Roemer, sprokkelde er met een paar gevatte oneliners in vier weken tijd uit het niets weer zeven zetels bij – wat bijna een verdubbeling betekende. D66 bewandelde ondertussen min of meer de omgekeerde weg. Toen Alexander Pechtold zich nog kon profileren als de verbale tegenhanger van Geert Wilders, steeg zijn populariteit van drie tot meer dan twintig zetels, maar toen de PvdV-voorman door de economische crisis minder in de spotlights kwam te staan, zag D66 haar virtuele winst in een maand tijd alweer meer dan gehalveerd.

Deze voorbeelden tonen aan dat boven alles *beeldvorming* de doorslaggevende factor is geworden in de hedendaagse politiek. Niet het gedachtegoed van een partij, de standpunten van een politicus of het beleid van een kabinet, maar het beeld dat daar-

van van dag tot dag in de verschillende mediakanalen ontstaat, is maatgevend voor de kiezersvoorkeuren. Rita Verdonk is daar misschien wel het beste voorbeeld van. Toen zij twee jaar geleden campagne voerde op basis van haar imago als IJzeren Rita – de strenge vreemdelingenminister, die overigens in werkelijkheid een stuk minder consequent was dan haar slogan ‘regels zijn regels’ deed vermoeden –, schatte Maurice de Hond haar nog in op *dertig* zetels. In haar eentje. Zonder partijprogramma. Nadat zij haar standpunten eenmaal goed en wel op papier had gezet en een partij had gevormd, stond ze alweer op nul.

Agnes Kant is in dezen een goede tweede. Weinig politici zullen door hun collega's zo zijn geroemd om hun dossierkennis en werkklust, maar veel profijt heeft de SP-leidster daar niet van gehad: haar ‘kille’ imago deed haar al gauw de das om. Kant kwam te boos over, luidde de voortdurend herhaalde kritiek – een houding die bij Verdonk vreemd genoeg juist altijd positief, als ‘streng’ en ‘rechtlijnig’, werd uitgelegd. En herinnert iemand zich Ella Vogelaar nog? Wie de buurtwerkers en bewoners van de naar haar vernoemde wijken om een oordeel vroeg, kreeg doorgaans vooral loftuigen te horen. Bij degenen die haar hadden ontmoet, bleek ze zelfs meer dan eens een geliefd politica. Twee ijzingwekkend zwijgzame minuten voor de camera van Geen-Stijl, in een filmpje dat eerst het internet overging en vervolgens door de traditionele media uitentreuren werd herhaald (en zelfs werd genomineerd voor het ‘tv-fragment van het jaar’), en ze kon inpakken.

Onderzoek van de Vlaamse socioloog Mark Elchardus uit 2009 bevestigt dat beeldvorming in de media de beste indicator vormt van het stemgedrag. Stemde men vroeger nog als vanzelfsprekend op de partij die paste bij zijn geloofsovertuiging of zuil, nu moet het zwevende electoraat overtuigd worden. *Hoe* een politicus iets zegt, is daarbij belangrijker geworden dan *wat* hij zegt; hoe hij zich *presenteert* relevanter dan wie hij *is*. In een media-

landschap vol spectaculaire berichten en nieuwsflitsen van zestig seconden is een snedige oneliner dus minstens zo effectief geworden als een doorwrocht beleidsplan – zo niet effectiever. Het journaal zendt immers nooit een heel Kamerdebat of interview uit, maar enkel de quotes die men ‘opvallend’ of ‘spraakmakend’ genoeg acht voor de reportage die men voor ogen heeft. Van daaruit begint de nieuwscarrousel doorgaans te draaien: columnisten klimmen op grond van deze voorselectie in de pen, een Kamerlid vraagt in alle haast een spoeddebat over de kwestie aan en ten slotte wordt de aldus ontstane ophef nog eens uitgebreid nabesproken in een van de vele talkshows en actualiteitenrubrieken. Of vaker nog, in allemaal tegelijk. In veel gevallen gaat daar nog geen halve dag voorbereiding aan vooraf, bang als redacties zijn om het nieuws te missen en een concurrerend programma er met de scoop vandoor te zien gaan. Zo golft het publieke debat van hype naar hype, zonder ooit echt inhoudelijk te worden.

Die eindeloze hoeveelheid gesprekken op televisie draagt dan ook zelden iets bij aan de kennis en het begrip van de politieke vraagstukken die het journaal al tot een ontoereikende anderhalve minuut had gecomprimeerd. Van *Pauw & Witteman* tot *De Wereld Draait Door*, van *Rondom Tien* tot *Het Elfde Uur*, van *Knevel & Van den Brink* tot *Nova* – er wordt heel wat afgepraat op de buis, maar zelden komt het echt tot een inhoudelijk gesprek. Misschien een beetje flauw om hier de geflopte vrouwen-talkshow *De Tafel van 5* als uitgangspunt te nemen, omdat daar niet de pretentie van een serieuze actualiteitenrubriek achter schuilging, maar niettemin: een beter voorbeeld van wat in televisieland beschouwd wordt als een ‘goed praatprogramma’ is er niet. Talloze onderwerpen passeerden in moordend tempo de revue zonder dat het ooit tot dialogen leidde. De interviewster wierp af en toe een kwestie op, waarover de overige aanwezigen vervolgens individueel hun mening gaven, maar op elkaar ingaan gebeurde nauwelijks.



*De Tafel van 5* staat helaas niet op zichzelf. Ook in serieuzere talkshows wordt voortdurend door elkaar of langs elkaar heen gepraat in plaats van met elkaar gesproken. De interviewer lijkt er vaak alleen maar bij te zitten om kwesties op te werpen en op aangeven van de regie weer af te breken. We ‘moeten’ naar de volgende gast, want ‘de tijd is op’, luidt dan de verontschuldiging – alsof de redactie door een mysterieuze kracht gedwongen wordt om altijd vier of vijf sprekers tegelijk uit te nodigen. Schrijver P.F. Thomése constateerde in oktober 2009 in *NRC Handelsblad* dan ook dat er wel eens sprake lijkt van een communicatiecrisis. Iedereen praat, maar niemand luistert, luidde kort samengevat zijn analyse. ‘Woorden zijn in toenemende mate laatste woorden, bedoeld om de ander, iedereen de mond te snoeren [...] Het is spreken alsof men alleen is.’ Die constatering is niet nieuw. Schrijver Stephen Miller wierp in zijn boek *Conversation – A History of a Declining Art* (2006) al eerder de stelling op dat mensen ‘steeds minder echte gesprekken voeren’, met name in de media. Gesprekken voeren heeft volgens Miller plaatsgemaakt voor ‘je zegje doen’ – zonder de intentie om werkelijk ideeën uit te wisselen.

Nu zou je daaruit kunnen concluderen dat de *talking heads* op televisie zo egocentrisch zijn dat ze het liefst uitsluitend zichzelf horen praten. Maar dat zou veel te kort door de bocht zijn. Het gebrek aan echte gesprekken op de beeldbuis is vooral te wijten aan de vorm (of beter gezegd, *formats*) waarin discussies, debatten en interviews worden geperst. Om dat probleem te begrijpen is het van belang eerst de vraag te stellen aan welke voorwaarden een goed gesprek moet voldoen.

De Amerikaan Milton Wright is een van de weinige academici die over dat thema een diepgravende analyse heeft geschreven. In die analyse, getiteld *The Art of Conversation and How to Apply its Technique* (1936), stelt Wright dat de belangrijkste voorwaarde voor een goed gesprek ‘oprechte wederzijdse interesse’ is, ‘of-

wel in het onderwerp, ofwel in de persoon zelf'. Dat klinkt als een open deur, maar juist aan die wederzijdse interesse lijkt het op televisie vaak te ontbreken. Dat gebrek ligt als het ware in de formats van de talkshows besloten. De meeste gesprekken op tv zijn semi-gescript: redacties stellen voor een groot deel van tevoren vast *wat er wanneer* gezegd gaat worden. Oprechte interesse is dus niet nodig: de meeste vragen (én antwoorden) staan al min of meer vast.

Zeker bij relatief onervaren tv-gasten worden de gesprekken op voorhand zo veel mogelijk dichtgetimmerd met voorgesprekken – uit angst dat de 'onvoorbereide' spreker tegenvalt en de kijker wegzapt. Gasten worden bovendien vaak uitgenodigd op grond van hun standpunt, niet zozeer vanwege hun affiniteit met of kennis van het onderwerp. Daarbij wordt bovendien van de interviewer verwacht dat hij vooral scherpe, kritische vragen stelt. Interessevragen als 'hoe bedoelt u dat precies?' of 'kunt u daar meer over vertellen?' worden vaak als coulant of onkritisch beschouwd. Zodoende sijpelt de 'oprechte wederzijdse interesse' al gauw uit het gesprek weg.

Ten tweede, zegt Wright, zijn 'pauzes in gesprekken even belangrijk als in muziek'. Pauzes op televisie zijn echter volstrekt uit den boze, want de kijkers mogen niet 'verveeld' raken. Gasten conformeren zich hier onbewust aan: je ziet ze zelden twijfelen of nadenken. Tijdsdruk speelt daarbij een grote rol, zeker voor politici. Zij denken hun zendtijd zo effectief mogelijk te moeten aanwenden voor hun eigen standpunt en laten dus – opzettelijk en noodgedwongen – zo min mogelijk ruimte voor een gesprek. Dat gaat immers van de tijd af. Doordat er vaak andere (tafel)-gasten bij zitten die weinig belang hebben bij wat er besproken wordt, is de kans op loze interrupties of onnodige zijwegen erg groot.

Ten derde, zegt Wright, zijn goede gesprekken niet per definitie 'instrumenteel' – ze hoeven niet altijd een extern doel te die-

nen. Anders gezegd, goede conversatie kan ook een doel op zichzelf zijn. Op televisie geldt dat meestal niet: veel gesprekken werken impliciet naar een bepaald doel toe, zoals een van tevoren uitgezocht fragment laten zien, een controversiële uitspraak ontlokken of toewerken naar een eenduidige conclusie. Op die manier wordt het gesprek slechts een middel.

Voorals gesprekken in *De Wereld Draait Door* lijden daaraan. Hoewel Matthijs van Nieuwkerk een geroemd interviewer is die veel (soms bijna overdreven veel) interesse in zijn gasten toont, hebben zijn vragen ook altijd een extreem sturend karakter, wat ervoor moet zorgen dat het gesprek binnen zes minuten minimaal twee of drie televisiegenieke ‘hoogtepunten’ kent, zoals een onverwachte bekentenis of een scherpe oneliner. Daarom formuleert Van Nieuwkerk ook meestal in superlatieven: hij vraagt altijd naar ‘hoogte- en dieptepunten’ of naar het ‘mooiste’, ‘vreemdste’ of ‘treurigste’ voorbeeld.

Nu zou het onzinnig zijn om dat als een groot probleem te zien: *De Wereld Draait Door* is net als *De Tafel van 5* immers een amusementsshow zonder al te veel inhoudelijke pretenties. Praatprogramma’s hoeven niet altijd serieus te zijn om goed te zijn: *Voetbal International* bijvoorbeeld is in zijn genre zelfs een uitstekende talkshow, met oprecht geïnteresseerde en goed geïnformeerde sprekers en – nog belangrijker – zonder script. Johan Derksen, René van der Gijp en Wilfred Genee spreken echt met elkaar en krijgen daar ook alle tijd voor. Dat levert – zoals Hans Kraay jr., die tot voor kort ook aan het programma deelnam, ooit terecht opmerkte – ‘eerlijke televisie’ op.

Des te bezwaarlijker is het echter dat authentieke gesprekken zo zeldzaam zijn in talkshows die wel als taak hebben om de burger te informeren over de samenleving. Het grootste bezwaar is door niemand beter verwoord dan door de Amerikaanse filosoof Noam Chomsky (1928) in zijn boek *Manufacturing Consent* (1988). Daarin beschrijft hij hoe tv-formats leiden tot zoge-

noemde *conclusion*: de beperking van het publieke debat tot de tijdslimieten en vormregels van de televisie, waardoor discussies structureel beperkt blijven tot ideologisch geaccepteerde conventies.

Dat wil zeggen, doordat bijna alle gesprekken op tv volgens vooropgezette richtlijnen en binnen een zeer beperkt tijdsbestek verlopen, is het onmogelijk om volstrekt nieuwe ideeën of radicaal andere perspectieven aan te dragen. Andersoortige opvattingen, die door slechts weinigen worden gedeeld, vereisen namelijk veel meer tijd en ruimte voor een goede argumentatie dan algemeen geaccepteerde opvattingen. Tv-formats geven die tijd en ruimte doorgaans niet. ‘Daardoor’, zegt Chomsky, ‘klinken mensen met een afwijkend perspectief vaak alsof ze van Venus komen.’ Het resultaat is een publiek debat waarin het ‘herkauwen van conventionele wijsheden’ de norm is, aldus de filosoof.

Hoewel Chomsky zijn kritische pijlen hier hoofdzakelijk richt op de Amerikaanse media, die vanwege het ontbreken van landelijke publieke omroepen nog sterker dan de Nederlandse gedictieerd worden door de beperkingen van reclameblokken (de meeste Amerikaanse talkshows zijn niet veel meer dan *chats between commercials*), kost het weinig moeite om zijn kritiek te vertalen naar het publieke debat in ons eigen land. Wanneer een breed gedeelde opvatting over een bepaalde kwestie eenmaal gevormd is en de begrippen waarmee de discussie wordt gevoerd op een bepaalde wijze zijn gedefinieerd, is het enkel en alleen door de zelfopgelegde wetten van de televisiejournalistiek praktisch onmogelijk geworden om daar nog een alternatieve zienswijze tegenover te stellen of een nieuwe wending aan te geven. Hoelang duurde het bijvoorbeeld voordat de Nederlandse missie in Afghanistan niet langer een ‘wederopbouwmissie’ werd genoemd – een term die zorgvuldig was ingestoken door het kabinet –, maar gewoon een oorlog? Daar gingen minimaal twintig dode Nederlandse militairen aan vooraf.