

Onze Clinton

Over politieke communicatie, publieke opinie en de kloof

Jan Blommaert

Docent Universiteit Gent en kernredactielid

De 'kloof' tussen burger en politiek heeft politici ertoe aangezet te zoeken naar nieuwe vormen van communicatie met de burger. Politici proberen nu meer en meer politieke statements te maken via omwegen als lifestyle en amusement. Wat daarbij uit het oog verloren wordt, is dat die veranderingen in communicatie fundamenteel ingrijpen op het wezen van de politiek zelf.

Op het moment waarop ik dit schrijf ligt *De Morgen* van 26 januari 1998 naast mij. Op de voorpagina prijkt een grote foto van Bill Clinton. Het hoofdartikel bloklettert "Clinton klaar voor oorlog op twee fronten". Het editoriaal van Ludwig Verduyn is getiteld "How can we trust this guy?" en gaat nogmaals over Clinton. Verderop in de krant, op de eerste buitenlandpagina, staan nog twee foto's van Clinton, naast drie artikels die handelen over *Zippergate*. Op 26 januari 1998 was Bill Clinton de belangrijkste politicus in België.

Ik kan niet zeggen dat ik *Zippergate* heb 'gevolgd'. Ik heb sowieso niet de minste interesse voor dit type politieke evenementen. Maar laat me samenvatten wat ik er op 26 januari 1998 over wist: "Clinton is al enige tijd verwickeld in een juridisch gevecht met Paula Jones. De dame beschuldigt hem van ongewenste seksuele intimiteiten. In de context van die knokpartij is plots een andere dame ten tonele gevoerd: Monica Lewinsky, een voornalig stagiaire in het Witte Huis. Van die dame zijn tapes opgedoken, waarin zij alludeert op het feit dat *the big creep* - zo staat Clinton blijkbaar bekend in dat milieu - seks heeft gehad met haar, maar haar heeft overhaald dat te ontkennen. Zelf heeft Clinton beweerd dat hij met Lewinsky geen seks heeft gehad. Nu

dreigt er echter een beschuldiging van meened en dat kan leiden tot de afzetting van de president van de Verenigde Staten. Staartje van *Zippergate*. Clinton gaat op zoek naar de oude strategie waarmee politieke leiders hun tanende populariteit pogen te keren. Hij trekt ten oorlog."

Het feit dat ik als min of meer gewone Belgische burger geconfronteerd word met Bill Clinton op de voorpagina van mijn krant en in de hoofdpunten van mijn ochtendnieuws op de radio en het feit dat ik op *zo'n manier* word geconfronteerd met Bill Clinton, zijn geen evidente zaken. Ze zijn dat misschien wel voor velen. We staan er niet langer bij stil, bij dit soort transnationale 'overloop' van politieke figuren, themata en stijlen. Maar het is een fenomeen dat wat aandacht vraagt, dat verdient even van zijn evidente karakter ontdaan te worden, al was het maar omdat precies het transnationale karakter van dit soort fenomenen van politieke communicatie zijn weerslag heeft bij ons, op onze politieke communicatie. *Zippergate* vertelt ons veel over hoe politieke communicatie vandaag in zowat elke gemediatiseerde samenleving verloopt (of zal verlopen). Ik zal pogen enkele aspecten van dit proces van transformatie in modellen van po-

litieke communicatie kort te beschrijven en aan te stippen hoe ze zich verhouden tot een ander transnationaal politiek thema, de 'kloof' tussen burger en politiek.

Hiermee pik ik in op het uitstekende artikel van Kris Deschouwer in het januarinum­mer van *Samenleving en Politiek* (nr.1/1998), 'Politieke partijen en de moeilijke democratie'. Deschouwer komt in dit artikel tot de conclusie dat "het debat over de mogelijke moeilijkheden van de democratie bij de politieke elites zelf begonnen is". De 'kloof' is met andere woorden voorname­lijk een realiteit *in the eye* van een bepaalde *beholder*, de politieke elite zelf. Maar in het be­studeren van de reacties op die zogeheten kloof - de 'vernieuwing' en de 'verbeterde democratie' - ziet men nogal dikwijls een factor over het hoofd. Naast het sleutelen aan de interne wer­king, de personeelsbezetting, de 'boodschap' en dergelijke meer gaan politieke partijen en bewe­gingen ook een nieuwe communicatiestrategie zoeken. Vooraleer daarop in te gaan moet ik een korte omweg maken, langsheen de manier waar­op ik mij (samen met zeer vele anderen) *Zip­pergate* heb eigen gemaakt.

Opinie en narratieve structuur

De samenvatting van wat ik op 26 januari 1998 wist over *Zippergate* komt uit mijn nota­boek. Ik heb ze geschreven voor de vuist weg, zonder voorbereiding of studie en terwijl ik, zo­als gezegd, systematisch de oren sloot wanneer ik iets over *Zippergate* hoorde. Wellicht is mijn versie alles behalve accuraat, wellicht bevat ze groteske simplificaties. Mijn versie heeft de ty­pische structuur van het volksverhaal, een struc­tuur waarin heel veel 'publieke opinie' zich uit­drukt. Wanneer mensen hun omgeving observe­ren - en dat doen ze - dan slaat dit neer in hon­derden kleine en grote narratieven [1]. Wanneer men mensen vraagt 'Vertel eens wat er toen ge­beurde met Bill Clinton', dan krijgt men dit soort heel gebalde, maar ingewikkelde narratieven. Zulke samenvattingen zijn een onderdeel van de politieke overlevering: gemedieerd door pers­verhalen, verwerkt in conversaties, gevoed door samenvattingen en commentaren vanwege mensen uit mijn omgeving, en uiteindelijk gese-

dimenteerd in een reeks simpele narratieve uit­spraken die mijn versie van de feiten weergeven.

Het is verbazend hoeveel feitelijke informa­tie er in die volksverhalen zit. Ik ken rond *Zippergate* (a) de namen van de betrokkenen (ook al zijn ze niet de makkelijkste) en hun identiteit (bv. Lewinsky is een voormalige Witte-Huis-stagiaire); (b) de situering van de feiten (er is een voorgeschiedenis, er is een mogelijke uit­komst), (c) de 'storyline' inclus de nevenintriges (oorlog met Irak). Ik ken, met andere woorden, als onwillig consument van dit soort 'nieuws' een verbazende hoeveelheid elementen uit het ver­haal. Maar daar blijft het niet bij. Ik ken ook een moreel kader toe aan het verhaal. Er is een goeie, een slechte (categorieën die weliswaar ietwat moeilijk liggen in dit geval); het verhaal zelf beschouw ik als schunnig, obscene, vulgair, of integendeel lekker vuil, spannend, boeiend. En ik projecteer mijn verwachtingen op het ver­haal: ik zou willen dat Clinton diep vernederd uit het Witte Huis wordt verjaagd, dat Al Gore hem opvolgt en zich ontpopt tot de eerste echt linkse president van de VS... fantaseer er maar op los. Het is interessant te zien hoezeer dat­gene wat sommigen 'informatie' noemen ge­transformeerd wordt tot verhalen die mensen bezighouden, die geëlaboreerd zijn met tal van ornamenten en details, en die een duidelijke reeks functies hebben. Het is door middel van dit soort verhalen dat we ons manifesteren als sociale en politieke wezens. Maar dit soort ver­halen is niet eenduidig 'politiek': het is geen ver­haal dat wordt opgesteld enkel en alleen om een doelgerichte politieke voorkeur of opinie te ventileren. Het is tegelijkertijd een sociaal ver­haal, een cultureel verhaal, een artistiek verhaal, allemaal in de breedste zin van het woord. Het zijn verhalen die ons amuseren, onze belangstel­ling wegdragen op dezelfde manier als andere thema's dat doen (voetbuitslagen, de Lotto, het autosalon).

Dit is in haar meest natuurlijke vorm de ge­vreesde 'publieke opinie' waarmee men denkt rekening te houden. Het proces dat Deschouwer beschrijft, waarin men niet naar die verhalen luis­tert maar naar de 'politieke waarnemers', scheidt problemen, want het mist de morele codes en

de diverse functies van die verhalen. Het baseert zich op een vertaling en een reductie van de verhalen naar een operationeel politiek jargon en naar één functie toe: die van een verhaal dat repercussies heeft op de praktijken in de Wetstraat. In het soort vragen die politieke waarnemers stellen aan hun informanten zit die reductie reeds ingebakken. Zo worden politieke verhalen die in eerste instantie een amusementsfunctie hebben, herschreven in 'politieke opinie', waaraan men dan meteen een aantal voorspellingen inzake politiek gedrag koppelt. Zelden doet dit recht aan de genuanceerde en ingewikkelde structuur van de 'publieke opinie'. Bezig zijn met politiek is immers niet hetzelfde als politiek bezig zijn. Massale belangstelling of mobilisatie rond bepaalde politieke thema's - de zaak-Dutroux geldt hier als schoolvoorbeeld in eigen land - hoeft zich helemaal niet direct te laten associëren met die ene dominante politieke parameter: het electoraal gedrag van de burger, datgene wat de mensen nu écht van hun politici verwachten. Om het eenvoudig te stellen: mijn verhaal over *Zippergate*, inclusief mijn morele evaluaties, zullen geen enkel effect hebben op het lot van Clinton. Ik maak het en gebruik het, zoals zovele andere verhalen, zomaar, omdat er nu eenmaal stof is voor een verhaal over Clinton, Dehaene, Dutroux, Van Hecke, Verhofstadt, Anciaux.

Ik zeg dit alles omdat de transformatie in de politieke communicatie, waarvan *Zippergate* het voorlopige hoogtepunt is, precies poogt in te spelen op de narratieve frivoliteiten van de publieke opinie. Daardoor krijgen we een proliferatie van nieuwe genres in de politieke communicatie, nieuwe imagovormende strategieën, die allemaal draaien rond één thema: de kloof. Maar zo eenvoudig ligt het niet, zegt Deschouwer.

De kloof

Laten we nog even in herinnering brengen dat Deschouwer in vrij scherpe bewoordingen het heersende beeld over de publieke opinie beschrijft als een vals beeld, in hoofdzaak afkomstig van de politieke waarnemers. Van de perceptie van een kloof tussen burger en politiek zegt hij dat ze tot dat pakket behoort, en dat die kloof in wezen een lezing is vanwege politieke

elites van het wegvallen van de traditionele band tussen partijen en kiezers. De oplossing die men ervoor zoekt, draagt doorgaans de titel 'vernieuwing' en omvat een hele reeks ingrepen gaande van het hernoemen van de partij (geen partij maar 'beweging'), het zoeken naar nieuw politiek personeel dat niet besmeurd is met het machinevet van het partij-apparaat (de zogeheten 'verruimers'), cosmetische ingrepen met nieuwe logo's, nieuwe namen of afkortingen (ID21) en zelfs nieuwe kostumeringen (Verhofstadts voorkeur voor T-shirts in plaats van stropdassen, Anciauxs welbekende truien). Maar ze houdt ook een nieuwe communicatiestrategie in, gebaseerd op direct contact met de basis, de achterban, de cliënt of de consument (afhankelijk van het gebruikte terminologische model). Deschouwer stipt dit aan als aanbevelenswaardig, en men kan het daarmee moeilijk oneens zijn.

Maar met oproepen tot meer direct contact, of met beweringen dat men direct contact zoekt, moet men voorzichtig zijn. Men kijkt best eens naar de concrete vorm die dat vaak aanneemt. Men associeert 'kloof' met 'afstand', 'afstand' met 'zichtbaarheid' en het dichten van de kloof met het doen toenemen van de zichtbaarheid van de politicus en zijn product. Niet alleen zoekt men naar zoveel mogelijk *exposure* - kwantitatieve toename van de zichtbaarheid - maar ook naar een verruiming van de domeinen waarbinnen de politicus zichtbaar wordt - kwalitatieve toename.

Wat het eerste betreft: in de eerste weken na de start van zijn vernieuwingsproject zag men Bert Anciaux bijna dagelijks in één of andere talkshow of spel op TV. Van Anciaux weten we zo onderhand alles, inclusief het feit dat hij stiekem rookt en dat zijn echtgenote dat niet weet (een prachtig geësceneerde 'betrapping' die gepaard ging met hartverwarmend gegèneerd gegniffel). De politici-vernieuwers dragen hun nieuwe imago's uit via een uitvergroting van hun identiteit als Bekende Vlaming. Elk vooraanstaand Vlaams politicus behoort tot deze BV-elite, maar niet elk politicus exploiteert deze mogelijkheid (tot nu toe). Een verdere profilering van politici als BV's biedt echter een vrijwel eindeloos potentieel, dat in Vlaanderen maar gedeeltelijk is aangeboord: de semi-ernstige talk-

show waarin de politicus in diverse rollen kan worden opgevoerd, het spelprogramma voor een goed doel, waarin de politicus goedmoedig grappen en grollen kan produceren en incasseren, de *human-interest-show* die de politicus afschildert als goed mens tegen wil en dank, de consumentenrubriek waarin de politicus zijn/haar favoriete kinderzitjes op de fiets demonstreert, de kookrubriek waarin de politicus van een fijne Chablis nipt en commentaar geeft over een lamsnootje met thijm.

Tot diezelfde categorie behoort ook het aanboren van nieuwe genres, waardoor men de politicus op meer en andere plaatsen ziet. De boekhandel is bijvoorbeeld een nieuwe habitat voor politici geworden en het boek een nieuw (of vernieuwd) politiek communicatiemiddel. Politici zijn geweldige boekenschrijvers geworden en elk politicus die gedurende enige tijd in de belangstelling staat, laat een gedrukt spoor achter in de rekken van de boekhandel. Het imago-effect hiervan is me duister, al kan men speculeren. De wirwar van doorgaans mondelinge mededelingen op TV, radio of in kranten-interviews kunnen soms een indruk van verwarving of tegenstrijdigheid scheppen. Het boek, met daarin de volledige politieke filosofie van de man/vrouw zwart op wit en in glorieus detail, zet dat recht. Het boek is blijvend en duidelijk (denkt men), de dag-aan-dag-politiek is dat niet. Andere mogelijkheid: de drang om toch ook een intellectueel spoor na te laten in een milieu dat bekend staat als vreselijk anti-intellectueel. De politicus als denker is al lang vervangen door de politicus als manager, en sommigen lijken daar last mee te hebben.

Deze kwantitatieve uitbreiding gaat gepaard met een kwalitatieve uitbreiding. De toename van de *exposure* genereert ook nieuwe vormen van *exposure*, nieuwe beelden van de politicus. Het openbaar uitzenden van het (overigens in de regel onnoemlijk saaie) parlementaire commissiewerk is hiervan een voorbeeld, en Marc Verwilghen is er de eerste grote begunstigde van. In de plaats van het grotendeels lege half-rond (het klassieke beeld van het parlement) ziet men als standaardbeeld nu een nokvolle commissiezaal, volgestouwd met camera's en

betrokkenen, waarin zich een *courtroom drama* afspeelt met parlementsleden in een glansrol. Het showgehalte van de commissie-Dutroux is zeer hoog, en de zichtbaarheid van dit soort werk heeft allicht bijgedragen tot een iets beter imago van het parlementslid.

Minder toe te juichen is de opening die wordt gemaakt naar het privéleven, de hobby's, de persoonlijke bekommernissen van de politici. *Leuven Centraal* gaf een videocamera mee aan Tobback en Verhofstadt, waarmee ze enkele minuten naar eigen inspiratie mochten filmen. Tobback filmde zijn bureau in Leuven; Verhofstadt vulde de hem toegemeten tijd met beelden van zijn zoontje. Tobback kwam over als een zuurpruim en een stijve hark, Verhofstadt als een normaal gevoelsmens. Tobback duldt geen intrusie in zijn privéleven (denk aan de legendarische deur op de neus van Van Quickenborne), Verhofstadt, Anciaux en anderen zoeken ze op. Het is duidelijk dat velen hun voordeel menen te doen met het toelaten van een kijkje in hun zogenaamd 'niet-politieke' leven. De 'vermenselijking' van de politiek is een centraal thema in de hele vernieuwingsgolf. Ze drukt zich uit met begrippen als 'eerlijkheid', 'oprechtheid', 'humaan', enzovoort, die steeds in oppositie staan tot termen die slaan op het huidige functioneren van het apparaat - een term die op zichzelf reeds connotaties van onpersoonlijkheid en onmenselijkheid draagt. De periodieke publieke huilbuien van Bert Anciaux zijn op die manier stilaan een teken van groot staatmanschap aan het worden. Bovendien schept het een nieuwe individualisering van de politicus. Terwijl de volksmond hen al te vaak vereenzelvigd met die lastige 'overheid', 'de regering', 'Brussel', 'de grote meneren' of 'het systeem', proberen zij daar onderuit te geraken en zichzelf individueel onder de aandacht van het publiek te brengen. Met de zoektocht naar 'andere' *exposure* pogen de politici zich voor te stellen als 'niet-politici', als gewone mannen en vrouwen die nu eemnaal een bepaalde job uitoefenen.

Nochtans zit hierin een grove leugen. Men hoeft niet te doen alsof deze mensen geen politici zijn, wanneer ze de grens tussen publiek en privé, tussen 'systeem' en individu overschrijden.

Ze zijn altijd en overal politici, telkens ze de publieke ruimte opzoeken doen ze dat als politicus. Ze zijn allemaal Bekende Vlamingen, maar ze zijn dat omdat ze politicus zijn. De opening naar de privésfeer heeft tot doel een veelzijdig portret van de politicus in het collectieve geheugen te griffen, waarin naast de voorzitter van de partij ook de toffe peer, de fijne papa, de intellectueel, de flinke fietser, de modebewuste dame-van-stand, de begaafde dirigent, de bewust ongehuwde moeder centraal komen te staan. Het scheppen van dit soort veelzijdige plaatjes is één van de hoofdkenmerken van het publicitaire genre (en sigarettenfabrikanten en automobielconstructeurs maken er overdadig gebruik van: het product wordt een hele *lifestyle*, met clubs, kledij, reizen...). In de Vlaamse politieke communicatie begint men deze bron aan te boren. Men selecteert vormen van communicatie die tot het persoonlijke communicatieregister behoren: bewonderende en vertederde uitlatingen over een zontje, huilbuien, ontboezemingen allerhande, liefdesverklaringen en uitleg over het stuklopen van een huwelijk. Maar men produceert die via de massamedia en in een context waarin enkel de identiteit als politicus toegang tot dat medium verleent. Al de nevenverhaaltjes - de VU-er als papa, als grappenmaker, als sportieveling, enzovoort - worden zo geënt op een substraat, en dat substraat is... de VU-er. Het is, willens nillens, gewoon een andere manier van politieke communicatie.

Imago en mediatisering

Tussendoor nog dit. Spreekstijl is een ontzettend belangrijk onderdeel van datgene wat we sociale betekenissen noemen. Naast de 'echte' betekenis van woorden krijgen we nog een pak andere informatie mee, die gaat over de aard en het karakter van degene die de woorden uitsprekt, over de wijze waarop hij/zij staat tegenover die woorden (gunstig, ongunstig, waar, twijfelachtig, zeker, onzeker...) en hoe wij die woorden liefst interpreteren (juist, vals, betrouwbaar, leugenachtig...). Dingen die we over mensen zeggen slaan heel vaak op de manier waarop die mensen overkomen in communicatiegedrag. Begrippen als 'arrogantie', maar ook 'oprechtheid',

'betrouwbaarheid', 'ernst', 'integriteit' kennen we doorgaans aan mensen toe op grond van de manier waarop wij hen zien en horen communiceren. Het zijn evaluaties van communicatiegedrag. Ze scheppen een attitudele en karakteriële context waardoor alles wat de persoon in kwestie zegt, wordt beïnvloed. Het is zowat de sopsleutel van communicatie. Vaak noemt men het effect hiervan 'imago'. Het is evenwel belangrijk om weten dat imago heel nadrukkelijk te maken heeft met spreekstijl en met het bespelen van sociale en culturele connotaties van spreekstijlen.

Daarvan is men zich *in situ* terdege bewust. Van Amerikaanse politici als Reagan en Clinton en ook van Europese communicatievernieuwers als Thatcher en Blair weet men dat heel hun publieke optreden van A tot Z en tot in het allerkleinste stembuiginkje wordt 'gescript', voorbereid en gerepeteerd. Ze communiceren er niet zomaar op los. Wanneer Clinton zijn onschuld staande houdt en die bewering tijdens een toespraak voor zijn Witte Huis-personeel (op zich al interessant als context-keuze) inleidt met de woorden 'I want you to listen carefully' uitgesproken met stijgende intonatie, dan hanteert hij een zeer krachtige strategie die hetgeen volgt aanduidt als belangrijk, ernstig, eerlijk. Je kan het vergelijken met iemand die je aanspreekt met 'Mag ik je nu eens wat zeggen?': het voorgevoel dat men bij dit zinnetje krijgt, is 'hier volgt slecht nieuws of kritiek'. Politici als Clinton en Blair spelen virtuoos met alle taalelementen die precies die attitudele, karakteriële betekenis-elementen meegeven met de boodschap.

Men kan de elementen inzake zichtbaarheid die ik hierboven heb aangegeven interpreteren als een zoektocht naar de meest vruchtbare contextualisering van de politieke boodschap. Men wil meer vertellen, niet over de boodschap maar over de boodschapper. De boodschapper is trouw, intelligent, eerlijk, menselijk, kwetsbaar, en dus zal de boodschap ook wel te vertrouwen zijn. Het effect bij de meesters van deze strategie - Clinton en Blair gelden als voorbeeld - is dat het accent echter precies op de context komt te liggen, gewild of ongewild. Centraal staat de communicator, niet de boodschap. De waarde van die boodschap staat of valt vanaf nu

met de waarde van de communicator. Is hij een smeerlap, dan is ook zijn politiek waardeloos. Is hij een goeie, dan zal zijn boodschap, zijn politiek project, ook wel voor iedereen goed zijn. Kwaliteit van politiek wordt zo voor een groot stuk buiten de politiek in de strikte zin van het woord geplaatst. Het wordt een evaluatie van karakters, van persoonlijke kwaliteiten, veel meer dan van ideeën, principes en plannen.

Toen Clinton in het midden van de *Zippergate*-crisis zijn *State of the Union* moest geven - een 'pure' politieke act - gebeurde dit met *Zippergate* als nadrukkelijke subtext, als onuitwisbare achtergrond voor alles wat hij zei. De grote vraag was niet: 'wat voor maatregelen gaat hij aankondigen?', maar wel: 'zal hij iets zeggen over zijn problemen met Miss Lewinsky?'. Daarover, en over weinig andere dingen, ging Clintons *State of the Union* in 1998. De berichtgeving over de toespraak richtte zich dan ook op allerlei dingen die met *Zippergate* te maken hadden, en niet op dingen als het terugdringen van het overheidstekort, de werkgelegenheid of de internationale politiek. Ik vat even de berichtgeving samen van Radio 1, de dag na Clintons *State of the Union*. De VRT-correspondent begon met een reeks observaties in de zin van: Clinton kreeg een staande ovatie bij het betreden van de zaal, 'iedereen deed alsof er geen vuiltje aan de lucht was', geen van de aanwezigen alludeerde op Clintons extrapolitieke problemen. Pas nadat de VRT-correspondent deze journalistieke agenda had afgewerkt, kwam de luisteraar te weten dat Clinton ook allerlei politieke successen en voornemens had aangekondigd en dat hij straffe taal had gesproken aan het adres van Irak. Eerst entertainment, daarna beleid.

Bij Clinton maken buitenechtelijke escapades nadrukkelijk deel uit van zijn identiteit als politicus, en de berichtgeving over zijn politiek werk wordt steeds vergezeld van zaken die zich strikt genomen ver buiten het politieke veld bevinden [2]. Voor de media is dit om begrijpelijke redenen een interessante piste. Men kan hen moeilijk kwalijk nemen dat zij in deze beweging een belangrijke rol opeisen. Een intrinsiek saaie materie als politiek wordt zo een sappig stuk entertainment, dat in oneindige variaties kan opge-

voerd worden. De door politici geschapen openingen naar domeinen buiten het strikt politieke in hun leven, bieden kansen voor de media om politiek nieuws aantrekkelijk te maken, niet enkel belangrijk en informatief, maar bovendien *a good story* [3].

Terug naar de kloof

Laat me nu enkele van de eindjes in dit verhaal terug samenknopen. Ik heb in het begin gewezen op de narratieve structuur van datgene wat men 'publieke opinie' noemt. De alledaagse verhalen worden volgepakt met morele codes, raakpunten met het eigen leven, eigen herinneringen, simplificaties. Ze geven de politieke blik weer van degene die ze formuleert: datgene wat men uit een complexe realiteit selecteert als het meest relevante, het meest saillante element [4]. Merkwaardig genoeg lijkt deze blik min of meer gelijk te lopen voor vrij grote groepen mensen. De verhalen die Vlamingen over Dutroux vertellen, of over getuige X1, of over Paul Marchal, zijn opvallend stabiel qua algemene oriëntatie en dominante motieven.

Politici lijken het begrip 'directe communicatie' met de basis, de achterban of hoe men het ook wil noemen, bij voorkeur in te vullen via massacommunicatie. En niet zomaar massacommunicatie: het gaat om communicatie die een nieuwe politieke persoon schept, gemodelleerd op en samenhangend met genres en stijlen uit de entertainment-wereld. Wat de veranderingen in de politieke communicatie inhouden, is het geven van inzage in 'de mens achter de politicus', maar 'de mens' wordt hier wel heel stereotiep ingevuld aan de hand van gemakkelijk zichtbaar of hoorbaar te maken, oerduidelijke rollen. Men poogt de politieke blik van de politieke consument uit te breiden, te verruimen, te heroriënteren ("ik ben niet enkel rechts, ik ben ook mooi, vriendelijk, vastberaden, sportief..."). Daardoor stelt de politicus zich persoonlijk bloot aan de evaluerende blik van 'de burger' (in het geval van Clinton kan men dit letterlijk nemen), en worden ook aspecten van karakter, aard, 'voorkomen' enzovoort deel van de politieke verhalen die uit die blik resulteren.

Ik trek hieruit twee conclusies. De eerste is

deze. In zoverre dit patroon de concrete invulling is van het dichtrijden van de kloof en daardoor een connotatie heeft van verbetering van de democratie, dan wordt het begrip democratie wel op een heel merkwaardige manier ingevuld. Democratie betekent dan publicatie: het publiek maken van gegevens die een contextualiserende functie hebben voor het politieke werk van de politicus. Simpel gezegd (in woorden die ik opving uit de mond van een politicus) betekent het *uw bakkes op TV krijgen*. Maar niet om politieke statements te debiteren in de klassieke zin van het woord. Wel om politieke statements te maken via omwegen van lifestyle, uitzicht en amusementswaarde. (Merkwaardig genoeg is Dehaene daarin een grootmeester). Ook de levenswandel, de maniertjes, het karakter van de politicus worden zo het voorwerp van een politieke evaluatie. Democratie wordt publicatie en democratisch wordt populair: datgene wat aanslaat bij de burger.

Een tweede conclusie vloeit hieruit voort. Ik heb in andere schrijfsels reeds beklemtoond dat veranderingen in de vorm van politieke communicatie niet mogen gezien worden als louter veranderingen in de modaliteiten van productie en reproductie van politieke denkbeelden [5]. Het zijn veranderingen die fundamenteel ingrijpen op het wezen van de politiek zelf. Centrale concepten als 'politicus', 'politieke actie', 'politiek gedrag', en iets verder af zelfs begrippen als 'democratie' worden erdoor vervormd, anders ingevuld. In zoverre men de kloof wil dichtrijden is dat goed gevonden, natuurlijk. Men zal inderdaad een indruk krijgen van groter *appeal* en grotere weerklank van de politicus; alleen is intussen het politiek bedrijf sterk veranderd, en is dus ook de klassieke kloof in de hele transformatie van die politiek verdwenen. Kloof-denken geldt immers enkel binnen een klassiek model van politiek en politiek gedrag; verandert men dit, dan verandert ook de kloof.

Ten slotte

Het denken inzake de kloof tussen burger en politiek, annex het denken over vernieuwing en verbetering van de democratie, de remedies tegen die kloof, kantelen rond een fantastische pa-

radox. Enerzijds is het zo dat we nog nooit in de geschiedenis zo'n immense hoeveelheid informatie hebben gehad over politiek en politici. Let wel, dit hoeft niet direct te impliceren dat we een immense kennis hebben van die dingen. Maar politieke informatie is een geweldige communicatiestroom geworden, en wat we vandaag op ons afgevuurd krijgen qua inzage in politieke procedures, besluitvorming, de werking van de macht, en ook het karakter, de levensstijl en de aard van onze politici, dat hebben we nog nooit gezien. Het 'geen commentaar' van Gaston Eyskens ligt slechts enkele decennia achter de rug; nu kennen we bij wijze van spreken de lengte van het lid van de machtigste politicus ter wereld.

Daar staat tegenover dat de aliënering, het wantrouwen en de afkeer van de burger t.o.v. de werking van de politieke instellingen ongekende hoogten bereiken. Het vertrouwen dat de burger heeft in die mannen en vrouwen die zich ook als papa's en mama's tonen, als sportievelingen, grappenmakers, chiroleiders, boekenwurmen en melomanen, is zelden zo klein geweest. Precies het dichten van de kloof, op de manieren die ik hierboven heb beschreven, lijkt de aliënering in de hand te werken.

De reden? Allicht mag men niet naast de uitbreiding en heroriëntatie van de politieke blik kijken, zoals ik die boven heb geschetst. De 'publieke opinie', die men in het kloof-denken graag herleidt tot 'puur' politieke proposities die bovendien sterk geconcentreerd zijn op electoraal gedrag, bevat nu ook steeds meer en steeds rijker verhaaltjes over al die dingen die door politici aangeboden worden naast hun politieke kern-identiteit. Al die verhaaltjes, hoe ver ze ook staan van de simpele electorale uitkomst die men erin wenst te zoeken, zijn nu politieke verhaaltjes geworden. Alleen liggen de morele codes nu wat anders: we krijgen ingewikkelde constructies zoals 'die partij kan dan wel een goed abortusstandpunt hebben, maar hun leider is een overspelig man, de helft van hun ministers zijn fraudeurs, die en die zijn stinkend rijk en al de rest foefelt'. De volksverhalen die de publieke opinie uitmaken zijn mee getransformeerd met de voeding die ze krijgen vanuit de politieke communicatie. Ze zijn nu, mede door de spek-

takelwaarde van de affaires-Dutroux, -Cools, -Agusta en -Dassault en hun politieke nasleep, een genre geworden dat niet meer tot simpele ja/nee-antwoorden op vragen kan herleid worden. Het is precies die obsessie met duidelijke proposities (noem het een propositionele ideologie van de politiek) die ervoor zorgt dat - in de ogen van de politicus-*beholder*, volgens Deschouwer - die kloof een steeds groter probleem wordt, dat precies en buitengewoon frustrerend opzwellt naarmate men de remedie van 'directe communicatie' en 'meer democratie' in de hierboven beschreven zin gaat toepassen.

Simpel samengevat: het heersende idee van 'publieke opinie' loopt achter op de transformatie van die opinie ten gevolge van veranderingen in de politieke communicatie. Terwijl die nieuwe communicatiestrategieën vanuit een drang om dichterbij de burger te staan stilaan onze eigen Belgische Clintons aan het formuleren zijn, kijken die nieuwe Clintons angstig naar de burger die hen steeds verder wantrouwt omdat ze steeds meer op Clinton beginnen te lijken.

[1] Ik parafreer hier Dell Hymes, *Ethnography, linguistics, narrative inequality* (London 1996). Hymes voegt hier meteen aan toe dat "niet ieders

verhalen meetellen" (p. 109 e.v.), en dat het recht op belangstelling voor nuances, anecdotes, ervaringen zeer ongelijk verdeeld is in iedere samenleving.

- [2] De hoofdredacteur van *Newsweek* beweerde op CNN dat Zippergate niet ging over seks, maar over meeneed. Hij werd daarin gevolgd door vele andere politieke waarnemers. Dit is slechts ten dele correct. De meeneed-kwestie komt natuurlijk maar ter sprake in het zog van een seksschandaal dat op zijn beurt slechts opduikt als gevolg van een intense monitoring van het privéleven van de president. De loopbaan van Clinton wordt doorsneden door seksschandalen die allemaal binnen de kortste keren politieke kwesties werden.
- [3] Wie de proef op de som wil nemen kan het volgende doen. Men leze eerst het boek dat Leo Tindemans in de jaren zeventig publiceerde over de werkzaamheden van de "Werkgroep Eyskens" van 1968 (*Dagboek van de Werkgroep-Eyskens*, Van In, Lier, n.d.), en daarna *De Keien van de Weststraat* van Hugo De Ridder. Het eerste is een gortdroog relaas van zeer ingewikkelde en gevoelige besprekingen rond communautaire themata. Het tweede bevat eveneens behandelingen van dezelfde materie, maar is alles behalve gortdroog. De Ridder beschrijft de sfeer van de discussies, het karakter, het uitzicht, het gedrag van de onderhandelaars. Hij biedt m.a.w. precies het mengsel van politieke informatie en menselijke informatie waarop ik alludeer.
- [4] Inspiratie voor deze formulering van de blik vond ik bij Charles Goodwin, *Professional Vision*, in: *American Anthropologist*, 1994.
- [5] Zie bijvoorbeeld *Strategieën tegen extreem rechts*, in: *Samenleving en Politiek*, jg. 3/nr.7 (1996).