

Jean-Pierre Pernaut, stem van het onzichtbare Frankrijk

Posted on 1 januari 2021 by Kleis Jager

Aan alles komt een eind, zelfs aan de carrière van Jean-Pierre Pernaut. Maar liefst 33 jaar lang presenteerde Pernaut elke dag het 13:00 journaal van de Franse commerciële zender TF1. Op 18 december deed hij dat voor het laatst. Een groot deel van die tijd was hij houder van het kijkcijferrecord voor dit tijdstip in Europa. Zijn bulletin trok dagelijks gemiddeld vijf miljoen kijkers.

Accent op de provincie

Pernaut had een marktaandeel van 40 procent en was opmerkelijk populair bij jongeren van 15-34 jaar, een leeftijdscategorie die nauwelijks nog tv kijkt. 'JPP' is een fenomeen. Zijn warme stijl – een goedmoedige blik en een krachtige, doorrookte maar tegelijk tedere stem – zal daar aan bijgedragen hebben. Maar het is vooral zijn kijk op het nieuws dat het succes verklaart.

Want Pernaut maakte vanaf zijn debuut in 1988 een einde aan de fixatie op Parijs en de grote actualiteit. Die kwam bij hem wel aan bod, maar Pernaut – een

noorderling uit de stad Amiens – legde het accent op de provincie. 'Ik nam in die tijd elke dag de trein van 5:30 om naar de redactie in Parijs te gaan', blikte Pernaut onlangs terug op zijn begintijd als nieuwsanker. 'Als iedereen in het noorden worstelde met een meter sneeuw, dan zag je daar helemaal niets van terug op de nationale nieuwszenders. Mijn collega's staken de rondweg van Parijs zelden over, ze hadden het alleen over de regio als ze naar het filmfestival van Cannes gingen.'

Pernaut legde zijn redactie uit dat hij de accenten van Marseille, de Elzas en het *ch'tmi* – het dialect van het noorden – wilde horen. Er moesten reportages komen over *les gens,* zoals in Frankrijk de 'mensen in het land' worden genoemd. Reportages over hun problemen, maar zeker ook over hun geluk en hun cultuur.

Orgaanvlees

Zijn '13:00' begon daarom alleen bij hoge uitzondering met een groot binnen- of buitenlands onderwerp. Pernaut opende altijd met het weer. Soms begon zijn bulletin met de amandelbomen aan de Côte d'Azur die in bloei stonden of een ander vrolijk nieuwtje. En altijd zat er een verslag in over een lokaal feest, een ambacht, een bekende of onbekende culinaire specialiteit en natuurschoon. Bij Jean-Pierre hoorde je dat het aquaduct van Briare aan de Loire was afgesloten voor toeristen door de droogte. Zijn journaal versloeg bijeenkomsten van de trotse bezitters van een Simca Aronde of een Renault Frégate, *jeu de boule*-toernooien in Gascogne of Occitanië, een late druivenoogst of een spookachtige storm aan de westkust. En alleen bij Jean-Pierre kon je een *tripier* – een slager gespecialiseerd in orgaanvlees – een valkenier of een koperbewerker zien vertellen over zijn werk en worsteling met de moderne tijd.

De linkse media haatten Pernaut. Zijn Frankrijk bestaat niet, luidde het oordeel, hij zou een geïdealiseerde versie van het land van zijn eigen jeugd laten zien. En als hij wel de realiteit behandelde, toonde hij zich een onvervalste populist. Het dagblad *Libération* sprak er schande van dat Pernaut bij alle grote acties in het openbaar vervoer de kant van de gedupeerden koos en klaagde over de altijd maar stijgende brandstofprijzen.

Pernaut, getrouwd met een ex-Miss France, was niet onder de indruk van de kritiek. Aan zijn formule veranderde hij nooit iets. 'Ik vertel hoe het een minister vergaat, maar ook de dokter, de verpleegster en de gepensioneerde komen bij mij aan bod. De Fransen aan het woord laten is altijd mijn Leitmotiv geweest. Als dat populistisch

is, dan ben ik maar een populist.'

Groen en authentiek

Michel Houellebecq liet Pernaut een rol spelen in zijn roman *De kaart en het gebied* uit 2010. In dit boek roemt de schrijver hem als een visionair. Het geniale van Pernaut, meende Houellebecq, was dat hij als eerste begreep dat mensen na de poenerige jaren tachtig behoefte zouden krijgen aan authenticiteit, aan alles wat eerlijk en groen is.

Pernaut had bovendien vroeg door dat veel Fransen ergens bij willen horen, zich geworteld willen voelen. Zijn journaal was balsem op de ziel van een land dat worstelt met een identiteitscrisis en onzeker is over de toekomst, meent de socioloog Jean-Pierre Le Goff. Bij Pernaut kon je elke dag even schuilen in een 'geïdealiseerde visie op het dorpsleven' en tegelijk de klachten horen van de periferie, die in de rest van de media onhoorbaar bleven.

Pernaut zag de gele hesjes aankomen

De geografische breuklijnen, de gaten die de verdwenen industrie achterliet en de wanhoop van boerenbedrijven die het niet redden, Pernaut had het er 25 jaar geleden al over. Toen hij – gesteund door een uniek correspondentennetwerk van 150 journalisten – ontdekte dat elke dag tien dorpen hun laatste winkels verliezen, lanceerde hij de campagne *SOS Villages.* In speciale uitzendingen zocht hij overnamekandidaten voor cafés, slagerijen of bakkerijen die het loodje hadden gelegd.

Toen de gele hesjes van zich lieten horen, was Pernaut in tegenstelling tot vrijwel alle andere media niet verrast. Hij is een van de zeer weinigen van wie je kunt zeggen dat hij de revolte aan zag komen. Zijn tipgevers wezen hem al maanden voor de eerste demonstraties op de woede over de verlaging van de maximumsnelheid op landelijke wegen van 90 naar 80 kilometer per uur. Terwijl Frankrijk in de zomer van 2018 na het gewonnen WK in Rusland in een euforische staat leek te verkeren, waarschuwde Pernaut zijn medewerkers: let op, dit loopt niet goed af.

Renaissance van de gewone mensen

Onzichtbaar kan je het Frankrijk van Pernaut na de *gilets jaunes* niet meer noemen. De stedelijke elites hebben begrepen dat het gebrek aan economische, sociale en culturele samenhang grote gevolgen kan hebben. Eenvoudig gezegd redde Emmanuel Macron de boel voor hen bij de presidentsverkiezingen in 2017, maar zeker van een herverkiezing in 2022 is hij niet.

2021 moet duidelijk maken of er een politiek alternatief voor Macron mogelijk is. Daar ziet het voorlopig niet naar uit. Maar volgens sociaal-geograaf Christophe Guilluy – de Franse Josse de Voogd – is de ondergang van de bovenlaag die gebaat is bij een wereld met zoveel mogelijk vrij verkeer van personen en goederen hoe dan ook aanstaande.

Guilluy (56), die verschillende bestsellers schreef, publiceerde in oktober een nieuw boek, *Le temps des gens ordinaires* (De tijd van de gewone mensen). De 'deplorables' beleven een renaissance die het bestel vroeg of laat op zijn kop zal zetten, voorspelt Guilluy die net als de Amerikaan J.D. Vance – de auteur van *Hillbilly Elegy* – die hij bespreekt afkomstig is uit een arm milieu.

Ecologie en diversiteit om opmars gewone mensen te stuiten

De gele hesjes, de verkiezing van Trump in 2016 en de Brexit zijn geen bedrijfsongevallen, zo luidt een van de stellingen van Guilluy. Het zijn tekenen dat de kaarten opnieuw worden geschud. Er is een fundamentele verandering gaande die niet te stoppen is en die zich de komende jaren alleen maar vaker zal manifesteren. Eenvoudig omdat de gewone mensen in de westerse wereld met erg veel zijn en hun rangen worden aangevuld met steeds nieuwe verliezers van de globalisering.

Interessant is dat Guilluy – als jongeling marxist – betoogt dat de elites

de ecologie en de diversiteit in stelling brengen om de opmars van de gewone mensen te stuiten. Het zijn 'de ideologische wapens van de dominante klasse' die de liberale economische orde moeten beschermen door de groeiende ongelijkheid te camoufleren met goede bedoelingen.

Maar de gewone mensen hebben volgens Guilluy al lang begrepen dat de 'nieuwe, coole bourgeoisie' zich helemaal niet houdt aan de eigen groene en diverse principes en dat deze alleen maar dienen om hen te delegitimeren. Deze klasse heeft de middelen om de nadelen van immigratie op de woningmarkt en in het onderwijs te vermijden. En ondertussen is de CO2-afdruk van de hoogopgeleide ultra-mobielen in de grote steden heel wat groter dan die van diesel rijdende sappelaars in de periferie.

Liquide samenleving

Guilluy wordt het kwalijk genomen dat hij in dit essay nadrukkelijk op oorlogspad is. Bovendien zou de tweedeling die hij beschrijft erg kunstmatig zijn. De werkelijkheid is veel ingewikkelder, schreef het liberale magazine *Le Point* bijvoorbeeld. Sommigen gebruiken de term liquide om die werkelijkheid te omschrijven. In de liquide samenleving is alles geatomiseerd en geïndividualiseerd, je kunt er geen peil op trekken. Maar volgens Guilluy bestaat de liquide samenleving alleen in de dromen van de neo-liberale elite. 'Die wil dolgraag zo'n los-zand-maatschappij omdat deze multinationals, banken en marketingfirma's in staat stelt om de toon aan te geven.'

Maar de *gens ordinaires* van Guilluy delen heel veel met elkaar. Wat hen bindt is een negatieve kijk op de gevolgen van globalisering, op economisch maar ook op cultureel gebied. Ze zijn gehecht aan traditionele waarden en willen leven van hun arbeid, niet van een basisinkomen.

Het volk is niet verdwenen

Daarom zijn we nu, betoogt Guilluy, niet getuige van een proces van voortschrijdende fragmentarisering, maar juist van blokvorming. In het politieke landschap vindt een herschikking plaats, waarvan de Brexit en de gele hesjes in Europa de eerste concrete vertaling waren. 'Een deel van de elite dacht dat het volk na vier decennia van globalisering en Amerikanisering was verdwenen, maar niets is minder waar.'

Zowel de gele hesjes als de Brexit-stemmers zijn vaak geduid als een heterogeen geheel van groepen die niets met elkaar te maken zouden hebben. Maar volgens Guilluy waren de gele hesjes alleen nog maar een begin. En de Brexit-stemmers waren consistenter dan vaak is beweerd. 'De media hebben ons steeds verteld dat

ze spijt hadden van hun 'ja' bij het referendum. Maar een meerderheid bevestigde twee keer het besluit: eerst bij de laatste Europese verkiezingen en daarna door Boris Johnson een duidelijke meerderheid te geven.

Wij bestaan!

Dat populisten in staat zijn kiezers te manipuleren, gelooft Guilluy niet. Het is precies andersom, denkt hij. De gewone mensen bespelen populisten als hun marionet. 'De Amerikaanse arbeider stemt Trump omdat er niets anders op de markt is. Hij zegt tegen zichzelf: zijn coupe en vulgariteit kunnen mij niet schelen zolang hij mijn belangen maar verdedigt.'

Precies zo hebben de gewone Britten de Brexit gebruikt om tegen de intelligentsia en de BBC te zeggen: wij bestaan! stelt Guilluy. Dit alles wijst er op dat men heel zeker is over de diagnose die men zelf heeft gesteld. Na vier decennia van globalisering constateren zij dat zij de economische en culturele verliezers zijn. 'Zij zullen niet van mening veranderen.'

Wilt u meer artikelen van Kleis Jager over Frankrijk lezen? Steunt u dan Wynia's Week. Doneren kan HIER Hartelijk dank!