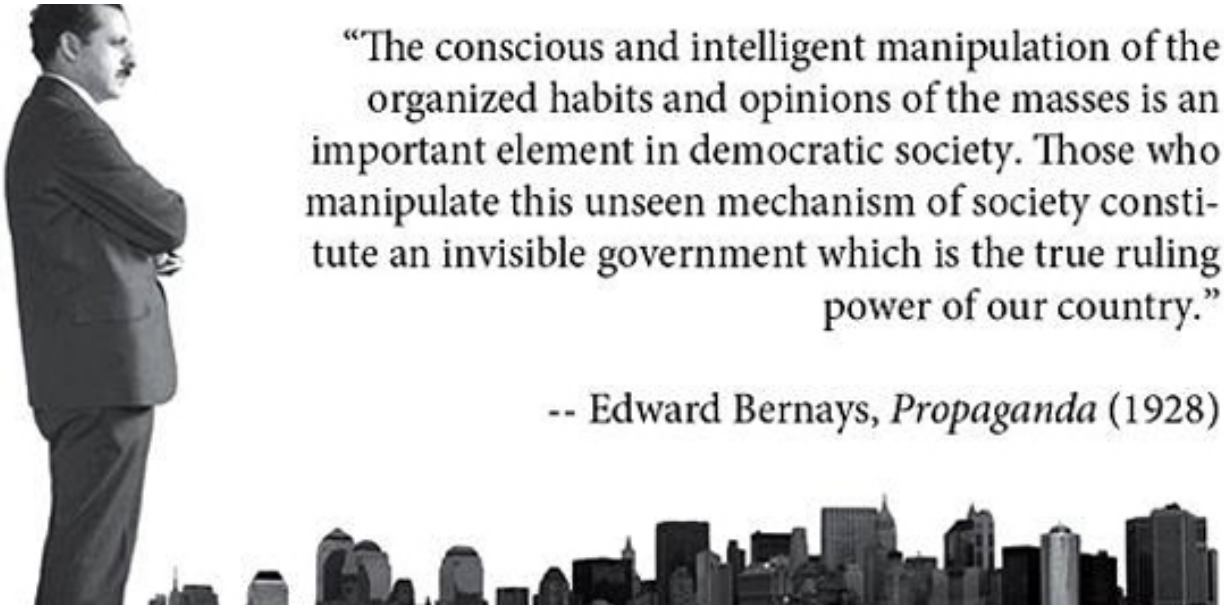


Politieke propaganda, het is nu overal

Posted on 16 mei 2020 by Coen de Jong

Propaganda is overal. Elk uur van de dag schotelen reclames en advertenties ons een gewenste werkelijkheid voor. Minder mensen beseffen dat ook de politiek ons continu gewenste werkelijkheden probeert te verkopen. Feit en fictie vermengen zich hierbij, waarheid en onwaarheid lopen door elkaar heen.

Edward Bernays beschreef in 1928 de kern van propaganda in een boek met de toepasselijke titel 'Propaganda'. Kern van Bernays opvatting was dat politici de slecht geïnformeerde massa kiesgerechtigden – die amper in staat was voor zichzelf na te denken – moesten manipuleren. Een politicus moet niet de ratio, maar juist de emotie aanspreken. De mens is immers een groepsdier dat kuddegedrag ('herd instinct') vertoont en leiders wil volgen. Bernays noemde de experts die de propaganda en de 'public mind' beïnvloeden de 'onzichtbare regering'.

Bernays adviseerde politici gezien te worden met filmsterren, handen te schudden met gewone mensen en de hulp in te schakelen van voorbeeldfiguren – wetenschappelijke, morele of artistieke. In het jargon van Haagse voorlichters:

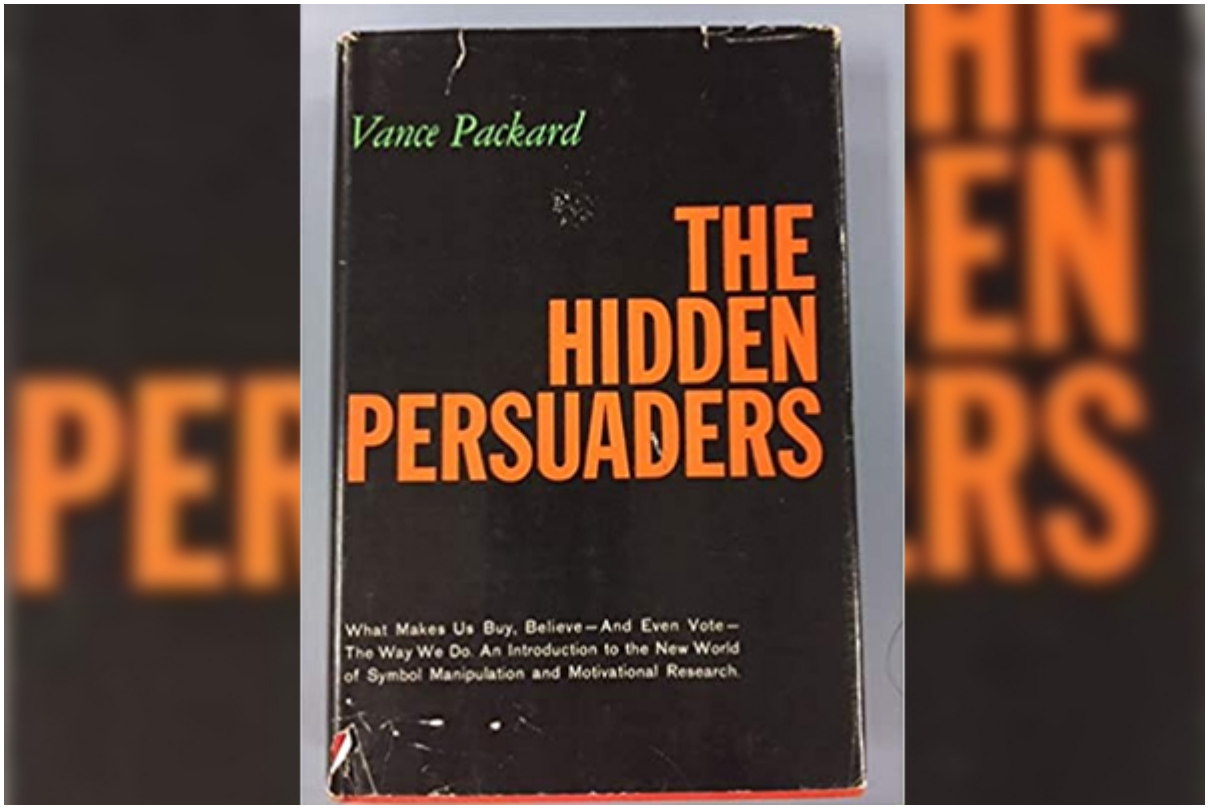
‘mediamomenten genereren, bij talkshows met BN-ers meepraten over ‘Boer zoekt Vrouw’ en *influencers* inschakelen’.

Simpel, vaak herhalen

Een succesvolle propagandaboodschap is simpel, eenvoudig te herhalen – slogans van drie woorden als ‘Yes we can’ en ‘Take back control’ zijn erg geschikt – en mikt op basisemoties als hoop en angst. De politicus moet het podium in gereedheid brengen, de gelegenheid dramatiseren, de geesten rijp maken voor beïnvloeding. De tegenstander moet men ongunstig afbeelden, bijvoorbeeld door die in verband te brengen met armoede, instabiliteit en extremisme.

Nadat de nazi’s in Duitsland via zeer effectief gebruik van propaganda aan de macht waren gekomen – Josef Goebbels had het boek van Bernays van A tot Z gelezen – kwam het begrip propaganda in een kwade reuk te staan. Propaganda ging daarom na de Tweede Wereldoorlog al snel eufemistisch public relations of marketingcommunicatie heten.

Vance Packard beschreef in de jaren vijftig in het boek *The Hidden Persuaders* hoe kiezers – net als consumenten – zijn te manipuleren. Via beelden, symbolen en associaties die verborgen verlangens activeren. Verlangens als behoefte aan veiligheid, bevestiging van eigenwaarde en een groepsgevoel. De politicus is verkoopbaar via diens emotionele aantrekkingskracht of het zijn van een vaderfiguur.



Politiek is theater en show. Televisiemaker Joop van den Ende hanteerde als stelregel voor televisieprogramma's: 'Mien uit Assen moet het kunnen begrijpen'. Donald Trump paste in zijn campagne van 2016 hetzelfde principe toe. Trump voelde instinctief de stemming onder Amerikanen aan en maakte feilloos gebruik van de kracht van het podium. Hij bespeelde zowel de angst voor statusverlies onder de Amerikaanse middenklasse als de wanhoop van de maatschappelijke verliezers.

Maar Nederlanders heten toch te slim te zijn, te eigenwijs en te hoog opgeleid om in propaganda te trappen? Wij gruwen toch van de platheid van een Trump? Hieronder een blik op eenvoudig waarneembare politieke marketing in Nederland.

Boodschappen van hogerhand

Natuurlijk willen Nederlandse kiezers graag voor zichzelf nadenken. Maar zo makkelijk is dat nog niet. De regering bestookt burgers namelijk met informatie die de regering goed van pas komt. Informatie die u leest, hoort en ziet in de media – rapporten, duiding en analyses – komt vaker wel dan niet met behulp van de

regering tot stand. Wetenschappelijke instituten, adviesraden en overlegorganen zijn onderdeel van de publieke sector. Vaak is het bestuur bemenst met ex-politici van de gevestigde partijen. Informatie van dergelijke 'bronnen met autoriteit' is niet persé eenvormig, maar gaat zelden dwars in tegen wat de regering wil horen.

Verder opereren er talloze, vaak gesubsidieerde, NGO's, belangengroepen en stichtingen die doelen nastreven die op één lijn liggen met één of ander regeringsplan. De Postcodeloterij – onder meer ook financier van de klimaatactiegroep Urgenda – betaalde de verspreiding van Rutger Bregman's boek 'Het Water Komt'. De titel roept beelden op van existentieel gevaar, watersnoodrampen en overstromingen.

Ook prestigieuze prijzen, jaarlijkse lezingen en herdenkingen zijn zendmomenten voor politici, bestuurders en gelijkgestemde spreekbuizen. Het zijn ook geschikte podia om codetaal en labels tegen de oppositie in te zetten. D66-minister Sigrid Kaag sprak op Bevrijdingsdag 2020: 'De les van corona is niet: achter de dijken, deuren dicht'.

Coronacrisis: informatiemonopolie van de regering

De Nederlandse regering laat zich in de coronacrisis van zijn meest beschermende, opvoedkundige kant zien. Een waarschuwende vinger naar de burger om voorzichtig te zijn, als was de regering het ouderlijk gezag. De regering heeft min of meer een informatie-monopolie en kan daarbij op de NPO leunen.

Televisiebeelden benadrukken hoe gevaarlijk het corona- virus is. De media leveren oerbeelden aan: verwijzingen naar de Spaanse griep die vanaf 1918 miljoenen doden veroorzaakte, doodskisten op legertrucks in Italië en dagelijkse 'frontberichten' – een oorlogsmetafoor – uit zorginstellingen. Elke dag brengt de televisie cijfers, lijstjes en bijbehorende experts om de informatie van wetenschappelijk gezag te voorzien.

De media accepteren in meerderheid het RIVM en het Outbreak Management Team als enige bron met autoriteit. De directeur van het Centrum voor Infectiebestrijding van het RIVM, Jaap van Dissel, is door politiek en media op een voetstuk gezet. De regering presenteert beslissingen van 'Jaap en zijn mensen' – een benaming van minister-president Mark Rutte die de voorheen onbekende experts een

vertrouwenwekkend gezicht geeft – als volledig objectief en rationeel.

Tegenspraak is een ziektekiem

Tegengeluiden van prominente wetenschappers haalden hier en daar wel de media, zoals arts-microbioloog Alex Friedrich in De Groene Amsterdammer, maar leiden niet tot een openbaar debat. Nieuwsuur liet in een rapportage wat kritische geluiden horen over de aanpak binnen het OMT, tot ongenoegen van het RIVM. Het aureool van alwetende regeringsadviseurs mag men niet aantasten.

Begin februari, toen er nog geen sprake was van coronabesmettingen in Nederland, stelden de Kamerleden Pieter Omtzigt van het CDA en Chris Jansen van de PVV al vragen over de voorbereiding. De VVD was achter de schermen woedend, anonieme Kamerleden van de VVD vonden de vragen 'overbodig'. Een propagandamachine reageert op tegenspraak zoals een lichaam op ziektekiemen reageert: het stoot dergelijke indringers resoluut af.

We doen het samen

De persconferenties, waarbij ministers van alle coalitiepartijen even de kans krijgen op het podium te staan en het volk streng, wijs of vaderlijk toe te spreken, leverden niet zelden meer verwarring op dan duidelijkheid. De regering reageerde nerveus op stemmingswisselingen onder de bevolking. Nadat – onder druk van de publieke opinie – de scholen dicht gingen gebruikte Mark Rutte opeens de term 'intelligente lockdown'. Een containerbegrip waarbinnen koerswijzigingen, inconsequenties en aanpassingen opeens onderdeel van een briljant masterplan zijn.

Propaganda bedrijven voor een aanpak met 'polderen' – hoe doe je dat? Door te benadrukken dat we het 'Samen' doen, dat meedoen het belangrijkste is. En dat afwijken, tegenspreken en bekritiseren nu even onkies is. En door de boodschap continu te herhalen en versterken. Daarom staan er elektronische borden langs de snelweg met 'samen overwinnen we corona'. En horen we steeds korte boodschappen als 'Blijf thuis', 'Hou 1,5 meter afstand' en 'Handen wassen'. De in de '1,5 meter samenleving' voorgeschreven afstand is overigens vrij willekeurig. Het Verenigd Koninkrijk hanteert bijvoorbeeld 2 meter afstand. Maar een richtlijn is alleen verkoopbaar als die simpel is en voor alle omstandigheden hetzelfde.

Verkoop van de persoon Mark Rutte

Mark Rutte heeft als minister-president permanent een podium. Hij kon al elke vrijdagavond bij het ingaan van het weekend –- als de kijkers redelijk relaxed zijn – in interviews op de NPO ongestoord 'shinen'. In de coronacrisis kon Rutte strak geregisseerde persconferenties houden. Rutte is de afgelopen jaren gepresenteerd als de redelijke leider, in staat om coalities te smeden. In corona-tijd komt ook de menselijke en meelevende Rutte in beeld. Als de minister-president die in deze ernstige bedreigende crisis serieuzer en vaderlijker is dan voorheen. Die de natie op 16 maart ernstig toesprak vanuit zijn sobere werkkamer in het Torentje. Of die – gebukt onder de zware last – de Nederlandse burger deelgenoot maakte van zijn worsteling om de horeca nog niet open te laten gaan.

Wouter de Winther beschreef op 27 april in De Telegraaf hoe Mark Rutte zijn ministersploeg als uitvoerders behandelt, zoals toen Rutte in de Tweede Kamer gekscherend naar vicepremier Hugo de Jonge verwees als 'het lagere kader'. Opvallend is hoe de politieke allemansvriend Rutte, die volgens voormalig VVD kamerlid Arend-Jan Boekestijn nauwelijks te betrappen was op serieuze politieke ideeën, de afgelopen tijd als grote leider is neergezet .

Volgens een peiling van I&O Research ziet een kwart van de ondervraagden Rutte zelfs als 'de beste premier sinds de Tweede Wereldoorlog'. Ervaring, rust en verbinder zijn woorden die ondervraagden lieten vallen. Imago verhult feiten, zoals dat de lasten van werkenden – in strijd met achtereenvolgende verkiezingsbeloften – onder Rutte harder zijn gestegen dan in rest van Europa.

Spinnende politici

Talkshows waren tijdens de coronacrisis tot nu toe een warm bad voor politici. Op de NPO geven journalisten en presentatoren de ministers nog net geen bloemenregen. Ministers komen bij de zeldzame (voorzichtig) kritische vragen weg met dooddoeners. 'Daar ben ik nu niet mee bezig', sprak VVD-minister Eric Wiebes op 7 mei bij een vraag over de gebrekkige voorbereiding op het coronavirus. De onuitgesproken boodschap is dat het publiek de wijze leiders in tijden van crisis niet moet bekritiseren.

Ministers komen nu graag op locaties waar mensen essentiële beroepen uitvoeren. De kiezer ziet filmpjes van ministers op scholen en in ziekenhuizen. We zagen

minister voor Medische Zorg Martin van Rijn met een veiligheidshesje aan op Schiphol een vracht mondkapjes in ontvangst nemen. We zagen op 29 april Mark Rutte, ook met een veiligheidshesje, op een vliegveld antwoord geven op de roep van een man in werkkleding: 'Alstublieft, geef die Italianen en Spanjaarden niet ons geld'. 'Ik onthou dit!', riep Rutte terug, karakteristiek met zijn duim omhoog.

Gedienstigheid van media werkt verslavend voor politici, die toch al vrij gemakkelijk geloven in de voortreffelijkheid van hun eigen beslissingen. Rekenschap geven is er dan niet meer bij. De Britse journalist Piers Morgan zei terecht: 'Als we geen kritiek mogen hebben op de regering als er in het Verenigd Koninkrijk meer dan 30.000 doden vallen, wanneer dan eigenlijk wel?'

Dreigend gevaar, meer macht voor de regering

Deborah Stone beschrijft in het boek *The Policy Paradox* dat politici graag gebruik maken van verhalen over dreigend gevaar. De boodschap van de regering is dan: 'Geef ons de controle in handen en alles komt goed'. Waar er voorheen sprake was van griepgolven is de bevolking nu ten prooi gevallen aan een zonder de regering onbeheersbare pandemie. Populair zijn verwijzingen naar strijd en oorlog. Zoals regeringen in het verleden beweerden het terrorisme te kunnen bestrijden of verslaan zeggen ze nu 'het virus te verslaan'.

Klaas Dijkhoff – als fractievoorzitter van de VVD toch controleur van de regering – papegaaide het regeringsbeleid na in een online vragensessie op Facebook op 7 mei 2020. Hij sprak over 'ruimte terug veroveren op het virus' en over een 'zo intelligent mogelijke' lockdown – waarbij de intelligentie van de lockdown positief op de regering en de VVD moest afstralen. Dijkhoff benadrukte dat we het moesten doen 'met 17 miljoen mensen'. Of Nederland op 1 juni weer open zou kunnen hing af van hoe de burger zich ging gedragen.

In dit regeringsverhaal zijn de maatschappij en het zorgstelsel als een schip dat water maakt. Dan kunnen burgers maar beter de stuurlui niet lastig vallen. Kamervragen, informatieverzoeken van het parlement of debatten komen voor uitstel dan wel afstel in aanmerking.

Propaganda als verdovingsmiddel voor de

democratie

Kiezers zijn door politici inmiddels gecoöpteerd, geïncorporeerd of zelfs geïnterneerd. De democratie krijgt zo een verdoving toegediend en komt een stap dichter bij de intensive care. Propaganda moet de Nederlandse burger zich beter doen voelen over onprettige werkelijkheden: de komende economische recessie, inkomstenverlies, zieken en doden.

De regering ziet het liefst dat de burger niet de regerende partijen maar de oppositie – of medeburgers – de schuld geeft als zaken mislopen. Of nog mooier: dat de burger zichzelf verantwoordelijk maakt om in de pas te lopen en geen 'spelbreker' te zijn. We doen het immers samen.

Precies zoals Bernays het beschreef duwt onze regering de massa continu in de gewenste richting. Het aantal en de mogelijkheden van de 'invisible government' van experts, spindokters en campagnestrategen is de afgelopen decennia alleen maar toegenomen. Propaganda verdringt gelijkwaardige communicatie tussen regering en burgers.

In ons tijdperk kon een reality-TV ster als Trump aan de macht komen, ook omdat politici vóór hem al jaren de kiezer verhaaltjes op de mouw hadden gespeld. Packard schreef in de jaren vijftig dat propaganda het potentieel heeft de democratie te ondermijnen. Een duidelijkere waarschuwing is niet denkbaar. Een onzichtbare dictatuur, met de uiterlijke vorm van een democratie, is in onze technologisch geavanceerde samenleving een reëel gevaar.