

Voorwoord

‘De reden waarom democratische politiek leidt tot manipulatie is dat politici er niet naar streven de waarheid te vertellen. Ze willen verkiezingen winnen, en de beste manier om dat te doen is de realiteit te buigen in hun eigen voordeel.’

– George Soros

Politici proberen in de jacht op stemmen het beeld dat kiezers van hen hebben te beïnvloeden. Dat gaat vaak beschaafd en netjes, maar soms ook ronduit roekeloos, met grote gevolgen voor niet alleen de politici zelf, maar voor het hele land. Politieke partijen zijn constant bezig met de vraag: hoe overtuigen we kiezers om op ons te (blijven) stemmen? Steeds belangrijker worden ons beeld van een partij en de persoonlijkheid van de lijsttrekker. We stemmen graag op een partij die goed en sterk overkomt en op politici die lijken te weten wat ze doen en geen fouten maken. Dat beeld dat wij hebben, die perceptie moet dus gemanipuleerd worden, en dat is waar partijen zich dag in dag uit mee bezighouden.

Het is belangrijk inzicht te krijgen in waar partijen zich mee bezighouden: perceptiemanagement. De politieke partij heeft in de perceptie van de kiezer een bepaalde positie, houding en boodschap. Partijen zoeken steeds naar manieren om deze perceptie zo positief mogelijk te laten zijn onder electorale doelgroepen. Daarbij zijn partijen niet vies van politieke appropriatie: het overnemen van taal van een populaire rivaal, teneinde het onderscheid tussen hen en die rivaal te vervagen opdat kiezers gaan twijfelen tussen hen en die rivaal, en mogelijk (weer) op hen gaan stemmen. Een

sterk staaltje daarvan hebben we kunnen zien in de afgelopen verkiezingscampagne, toen de VVD opzichtig naar de PVV opschoof, zoals politicoloog Armen Hakhverdian stelde in zijn boek *Nepparlement?*. Dit boek wil inzicht geven in wat voor strategieën partijen gebruiken, in wat werkt en wat niet, wat de gevolgen kunnen zijn en hoe politiek opportuniste zich op de lange termijn op brute wijze tegen een partij keert. Maar ook hoe sommige onderwerpen door partijen gemeden worden in een poging de kiezer niet tegen zich in het harnas te jagen. Dit doe ik aan de hand van voorbeelden en anekdotes uit binnen- en buitenland.

Maar ik wil ook inzicht geven in hoe een land kan veranderen wanneer de nagejaagde perceptie ineens de nieuwe realiteit wordt, zoals bij de Brexit, die steeds meer Britten achteraf toch niet zo'n goed idee vinden als ze aanvankelijk dachten door hetgeen hun was voorgespiegeld. Eenmaal afgeslagen op een onverlichte weg blijkt er geen weg terug. Maar bijvoorbeeld ook omdat een partij in de regeringsformatie niet wil inleveren op de in de verkiezingscampagnes ingenomen standpunten – ook al waren deze standpunten vooral om electorale redenen aangedikt en misschien niet geheel in overeenstemming met de principes van de partij.

Perceptiemanagement en de gevolgen daarvan kunnen resulteren in electorale slachtoffers: groepen mensen die zich door de politiek buitengesloten voelen of menen dat dit zo is, en hun heil zoeken bij andere, nieuwe(re), radicalere partijen die in hun perceptie beter voor hen opkomen. Met name (voorheen) grotere partijen klagen over de versplintering van de politiek, terwijl versplintering door de oprichting van nieuwe politieke partijen vooral een gevolg is van versplintering in de samenleving. Zo troffen Jan Marijnissen met zijn SP en Pim Fortuyn met zijn LPF braakliggende electorale grond aan waar zij optimaal gebruik van

maakten. In hun kielzog volgden Marianne Thieme met de Partij voor de Dieren en Geert Wilders met de Partij voor de Vrijheid, opgericht in respectievelijk 2002 en 2005, in 2009 50Plus met Henk Krol, en recentelijk, in 2016, Tunahan Kuzu met DENK en het Forum voor Democratie onder leiding van Thierry Baudet. De gemeenteraadsverkiezingen van 2018 zijn van belang voor de nieuwe politieke verhoudingen, met populaire partijen die in Amsterdam en Rotterdam het strijdperk betreden. Troeft nieuwkomer Baudet in de samenwerking met Leefbaar Rotterdam Wilders af in Rotterdam? Monden de verkiezingen in Amsterdam uit in een moddergoottoernooi tussen DENK, BIJ1 van Sylvana Simons en Forum voor Democratie?

Vooropgesteld: het is een mythe dat alles wat wij, kiezers, van politieke partijen voorgeschoteld krijgen van A tot Z is uitgedacht. Zo'n negentig procent van alles wat wij zien, horen en meemaken vanuit politiek Den Haag en politieke partijen in het algemeen is vermoedelijk het gevolg van mazzel, ongeluk, toeval, en kunst- en vliegwerk. Hier is nooit nauwgezet onderzoek naar gedaan; daarvoor heb je ook de hulp van de partijen zelf nodig. Dat is lastig, want wie zou zoiets publiekelijk bekennen? Voor dit boek zijn wel door de jaren heen mensen in en (net) uit de politiek bevraagd. En het opmerkelijke is: de meeste van deze doorgewinterde partijtjagers, wanneer geconfronteerd met het breed levende idee dat alles wat zij doen van te voren bedacht was, moeten onwillekeurig proesten. Daarna volgt een gerol met de ogen, een grijns en dan een lacherig: 'Joh, 90 procent is pure improvisatie.' De meeste bronnen meldden dit onafhankelijk van elkaar, alsof het afgesproken werk is: 90 procent.

Betekent dit dan dat zoveel misgaat? Dat er niets wordt bedacht en je als politicus, communicatiestrateg of voorlichter niks kunt sturen? Zijn mensen die in de politiek

werken of hebben gewerkt, dan misschien somber over hun eigen kunnen? Nee. Maar het is een feit dat de omloopsnelheid van nieuws enorm snel is. Er is concurrentie van andere partijen die ook hun boodschap kwijt willen. Maar bovenal zijn er simpelweg vele onverwachte gebeurtenissen. Zoals Mark Rutte het zei: iedere dag legt iemand wel een bolletje wol op zijn bureau dat hij dan moet ontwarren. Dit zorgt allemaal voor een landschap dat zo beweeglijk is dat je als politieke professional bij het opstaan nooit precies weet wat de dag je gaat brengen.

De kiem van het idee voor dit boek werd gelegd in 2006 tijdens een gesprek met medewerkers van het CDA. Terug in het centrum van de macht hadden de christendemocraten onder leiding van Jan-Peter Balkenende de verkiezingen wederom gewonnen. Balkenende-IV werd geformeerd en het CDA leek even onaantastbaar als het was geweest tussen 1980 en 1994, toen het onafgebroken de grootste partij was. Geconfronteerd met de opmerking dat het CDA kennelijk alles goed voorkookte, volgde een bulderlach van de heren. Welnee, brachten ze proestend uit, als je toch eens wist... Nou, dat wilde ik wel weten. Een uur later en aardig wat inzicht gevende anekdotes verder besloot ik de politieke communicatie van partijen nauwgezet te gaan volgen en mij er zelf ook actief in te verdiepen. Ging het bij alle partijen zo? Ik vond het moeilijk te geloven. Nu, ruim twaalf jaar en veel kennis en ervaring rijker, weet ik: ja, dat gaat bij alle partijen zo. Maar dat betekent niet dat álles gebeurt zonder strategie, zonder dat er van tevoren over nagedacht is. Partijen dobberen bepaald niet stuurloos rond op zee. Er wordt wel degelijk gepland en voorgekookt. Of het allemaal ook zo uitpakt, is een tweede.

Campagnes worden doorgaans gebaseerd op gedegen en duur onderzoek. Slimme partijen weten nauwgezet hoe hun

boodschap bij bepaalde kiezersdoelgroepen aan zal komen. Met het wijdverbreide gebruik van social media als Facebook en wat zulke media weten over hun gebruikers en de data die vrij te oogsten zijn (of simpelweg gekocht), kunnen partijen tot op individueel niveau achterhalen wat kiezers willen. De nieuwste stap is de driehoeksverhouding tussen kennis uit de neurologische wetenschappen, psychologie en politieke communicatie. De gevolgen ervan zijn zichtbaar: Fake news, Brexit, Donald Trump.

In het algemeen wordt er ook in Nederland veel bedacht. Of nou ja: hier wordt veel gekopieerd uit het buitenland, zoals men in het buitenland ook weer uit andere buitenlandse kopieert. In sommige partijen lopen doorgewinterde politieke professionals rond die ideeën halen uit Amerikaanse tv-series. Die zijn doorgaans geschreven door scenarioschrijvers die Amerikaanse professionals uit de politiek consulteren voor hun werk, maar die ook vanuit een soort romantisch idee zelf dingen verzinnen. Hoe zij zelf dingen zouden doen als zij aan het roer zouden staan. En die verzonden ideeën worden dan hier als leidraad genomen.

‘Weet je nog, aflevering drie van het vierde seizoen van *The West Wing*, toen Toby...’ is iets wat je in politieke kringen nog vaak hoort als iemand met een oplossing voor een probleem dient te komen. En dan wordt verteld wat het tv-karakter Toby – in de succesvolle serie een hulpje van de Amerikaanse president – in die aflevering bedacht om een soortgelijk probleem op te lossen. Onzin? Nee hoor. Op 4 september 2017 hield de Britse Theresa May een toespraak voor het partijcongres van de Tories. Sky News bekeek de speech aandachtig en ontdekte dat zinnen in haar speech een-op-een gekopieerd waren uit een speech die nep-president Jed Bartlet hield in een aflevering van *The West Wing*. Hoogstwaarschijnlijk wist May niet eens

dat ze uit die serie kwamen. Maar haar speechschrijver was klaarblijkelijk een fan, die zo dus mooi wel zijn of haar baas publiekelijk voor schut zette.

Terug naar die uit *The West Wing* overgenomen oplossing. Of dat idee van Toby ook echt ooit door een politieke professional is bedacht of überhaupt ergens op was gebaseerd, anders dan op de fantasie van de scenarioschrijver? Niemand die het weet, maar de oplossing klinkt echt heel professioneel en cool, dus laten we zoiets proberen... En dat 'iets proberen' is een dominant mantra geworden. Het is misschien ook een verklaring voor die opmerkelijke negentig procent. Maar de vraag is wel waaróm je eigenlijk iets probeert. Doe je dat voor de idealen waar je partij voor staat?

Zo wordt focusgroeponderzoek in principe gebruikt om ideeën voortvloeiend uit partijidealen te toetsen. Maar wat als het wordt gebruikt om ideeën op te halen? Ben je dan nog echt bezig met je idealen of ben je bezig zo goed mogelijk aansluiting te vinden bij wat mensen vinden, opdat je bij de volgende verkiezingen op zijn minst het bestaande aantal zetels behoudt – en liefst nog wat wint? Vroeg of laat blijkt iedere partij met een flink aantal zetels voor de bijl te gaan. Maar vooral: als je partij een soort voetbalclub is geworden die de volgende verkiezingen gewoon móet winnen van de aartsrivaal, hoe groot is dan het gevaar dat uit het oog verliest waarvoor je het ook weer deed, dat je af gaat wijken van de idealen waarvoor je partij ooit is opgericht? De oude én moderne geschiedenis wijst uit: dat gevaar is heel groot.

Op 13 december 2016 nam een van 's Neerlands succesvolste politici van de afgelopen jaren afscheid als lid van de Tweede Kamer. Diederik Samsom, politiek leider van de Partij van de Arbeid, had door het onverwacht en overtuigend winnen van de Tweede Kamerverkiezingen

in 2012 en het in het zadel houden van het kabinet met de VVD van Mark Rutte veel binnengehaald van wat in het PvdA verkiezingsprogramma stond. Bovendien had het kabinet de volle periode volgemaakt. Hoe je het ook bekijkt en los van de politieke overtuiging, dat Rutte-II – bestaande uit twee ideologische tegenpolen – de rit had uitgezet, was een prestatie van formaat in een tijd van toenemende polarisatie, muggen die in een mum van tijd olifanten worden, om de haverklap vallende kabinetten en bergen aan politieke bananenschillen. In zijn door de Kamervoorzitter voorgelezen afscheidsbrief brak Samsom een lans voor nuance in de politiek.

‘Val niet terug in de reflex van de scoringsdrift gebaseerd op oneliners in plaats van echte vooruitgang. Biedt weerstand aan de Sirenen van de verlokkelijke megafoonpolitiek. Er is in dit klimaat van verharding en polarisatie geen tekort aan megafoons, er is een tekort aan nuance. Blijf die nuance zoeken. Blijf elkaar zoeken. Blijf elkaar vinden. In het belang van de toekomst’, schreef Samsom aan zijn collega’s in de Tweede Kamer.

De hartenkreet van een van de meest ervaren politici van dat moment stond niet op zichzelf. Het gaf goed inzicht in een breed gedeelde overtuiging in de politiek. Voor politici was zijn betoog zeer herkenbaar. In de Tweede Kamer kreeg Samsom veel bijval. Vrijwel allemaal weten de dames en heren daar hoe het is om met één been in de voortdurende strijd om profilering en het politiek-electorale gevecht te staan, en met het andere in het dagelijkse bestuur van het land, dat niet erg sexy is en waar samenwerking noodzakelijk is. Want wat is het alternatief?

Soms heb je iemand van buitenaf nodig om kwesties die heel ingewikkeld lijken, heel duidelijk te krijgen. Het is het verhaal van de twee vissen, die op een gewone dag

relaxed als altijd aan het zwemmen zijn en een andere vis tegenkomen die zegt: ‘Hé jongens, hoe bevalt het water vandaag?’ en de twee vissen elkaar vragen: ‘Water’? Waar heeft hij het over?’ Soms heb je zo’n voorbijzwemmende vis nodig. Jaren geleden werkte ik voor een internationaal persbureau. Het was kort na de moord op Theo van Gogh en ik sprak mijn toenmalige Engelse hoofdredacteur tijdens een etentje. Hij had zoals zovelen in de wereld gehoord over de moord en wilde weten hoe Nederland had gereageerd. Hoe de politiek had gereageerd. Ik vertelde hem over hoe de Amsterdamse burgemeester Job Cohen aangevallen werd op zijn standpunt dat hij de ‘boel bij elkaar wilde houden’. De Engelsman was verbijsterd. ‘Dáár wordt hij op aangevallen?’ vroeg hij op hoge toon. ‘Maar wat is dan het gewenste alternatief? Dat de boel ontploft?’

Het was een verhelderend moment van een niet-Nederlander. Voor een land in verwarring was veel van wat ooit helder zwart-wit was, grijs geworden. Maar mijn toenmalige hoofdredacteur maakte het overzichtelijk en kraakhelder. Je houdt als politicus de boel bij elkaar, wat op korte termijn heel moeilijk is, maar op lange termijn zeer waarschijnlijk het beste is voor het land, of je kiest voor een populaire explosie. Dat is op de korte termijn heel makkelijk voor de politicus in kwestie, maar op de langere termijn funest voor het land. Brexit, Donald Trump.

Dit boek is bedoeld voor iedereen met interesse in de politiek. Breder dus dan alleen de professionals op die ene vierkante kilometer in Den Haag. Voor de geïnteresseerde kiezer die wil weten hoe zijn of haar perceptie van politieke partijen gemanaged wordt. Anders gezegd: hoe kiezers bespeeld worden met veelgebruikte strategieën die dagelijks terug te zien zijn, zoals Boeman-politiek, politieke appropriatie (ook wel: gewoon het overnemen van ideeën

van anderen) en Nee-politiek. Het maakt dat veel van wat in dit boek staat voor de doorgewinterde politieke junkie misschien gesneden koek is. Maar dat is het niet voor veruit de meeste mensen die zich dagelijks verlaten op wat zij via de media vernemen en vervolgens gaan stemmen.

Hopelijk helpt *Megafoonpolitiek* bij het verkrijgen van inzicht in waarom politieke partijen en politici doen wat zij doen. Misschien ervaart de doorgewinterde politicus veel herkenning, en zet het aan tot reflectie, want dit boek is geen instructieboekje. Het is veeleer een waarschuwing.

Kaj Leers

November 2017