

Het beeld van het politieke doorheen de verkiezings- propaganda

"De idee, dat men publiciteit maakt voor kandidaten die dingen naar een hoog ambt, alsof het ging om een voedingsprodukt... is de meest schaamteloze kaakslag die men de geest van de democratie kan toebrengen."

A. Stevenson

We beleven een algemene crisis van het kapitalisme. Zij is universeel, totaal en absoluut. Zij veruiterlijkt zich in niet onaanzienlijke mate in een crisis van onze instellingen; een crisis van de politieke partij. Het ontbreekt aan een duidelijk politiek alternatief waarachter de veranderingsgezinde krachten zich kunnen scharen. Noch het enorme werklozenleger, noch de met ontslag bedreigde werkers hebben vooralsnog hun potentiële macht gepolitiseerd. De aantasting van de democratische rechten en vrijheden, van de sociale verworvenheden, bereidt een toestand voor waarin het alternatief onduidelijk en daarom als onrealistisch wordt aangevoeld. De tendens om de oorzaken van de crisis, van de kommunautaire, de sociaal-ekonomische en de wereldbeschouwelijke problemen op de staat af te wentelen kulmineert steeds in een punt waarin het primaat van de macht de roep om de sterke man befordert.

We stelden ons de vraag in hoeverre de verkiezingskampanje voor de verkiezingen van 17 de-

cember 1978 tekenen vertoonde die wezen op een crisis in het politiek bedrijf, de politieke stijl. Het aantal voorkeurstemmen van Tindemans - hij behaalde er meer dan Hitler ooit behaalde - evenals de toenemende neiging van de kiezer op personen te stemmen, lijken ons daarin minder belangrijke tekenen dan de algemene politieke praktijk, het politiseren van de maatschappelijke tegenstellingen in personificerende stijl te vertalen.

De praktijk van het politieke verloopt aan de hand van regels, die algemeen als democratisch erkend worden. Het lijkt ons zinvol vooreerst die kontekst te schetsen, alvorens in te gaan op de methodes waarmee de stem van de kiezer wordt afgekocht.

I. DEMOKRATIE ALS MARKT-GEBEUREN

Sedert geruime tijd worden verkiezingskampanjes gerund volgens methodes uit de reclame-techniek en de show-business. Hoe mensen te beïnvloeden werd een technische vraag, waarover teams deskundigen zich bogen. Het wetenschappelijk kachet dat de politieke propaganda onder invloed van ontwikkelingen in vooral de Amerikaanse maatschappij meekreeg, impliceert echter niet dat het om een louter technische aangelegenheid zou gaan, een louter gebruik van efficiënte middelen om een vooropgesteld doel te bereiken. Achter die hele propaganda-machine steekt een duidelijk ideologisch beeld van het politieke, een visie op democratie. De historische vorm waarin de propaganda het politieke bedrijf veruiterlijkt geeft ons aanwijzingen over de ideologie die zich in een sociale formatie verbreedt. Opvallend is dat geraffineerde verkoopstechnieken om politieke konsumenten - kiezers - aan politieke dieren - partijen - te onderwerpen, een enorme vlucht nam na de tweede wereldoorlog. Het eerste konsulentebureau voor politieke kampanjes, "Whitacker & Baxter" uit Californië zag overigens in 1948 het licht (!). De democratie-

modellen die toentertijd werden ontwikkeld, en verontrustend snel algemeen verspreid raakten, verschillen in ruime mate van Abraham Lincolns' "government by the people, of the people and for the people".

De sociologie van het stemgedrag en de politieke sociologie in het algemeen, waren tot de bevinding gekomen dat de westerse samenleving gekenmerkt werd door desinteresse voor het politieke (2). Dat werd geweten aan de toenemende complexiteit van de laat-kapitalistische maatschappij (N. Luhmann), die democratische participatie onmogelijk, ja zelfs onwenselijk zou hebben gemaakt, evenals aan kenmerken van de massa zélf, die nu eenmaal apatisch, dom, lui, irrationeel en onbeheerst handelde. Waar het uitoefenen van macht bij de liberaal J.S. Mill nog als doel gold, overeenstemmend met de etische waardigheid van de homo politicus, brengen de ideeën van o.a. Schumpeter, Dahl of Lipset ons een democratie als loutere methode, als middel om andere - belangrijker - doelstellingen te verwezenlijken. Macht werd begrepen als macht over anderen, als overheersing, niet als macht over zichzelf, als autonomie (3).

Het is niet onbelangrijk even bij deze totale ommekeer in de burgerlijke theorie stil te blijven staan.

Men had vastgesteld dat de democratische idealen niet waren verwerkelijkt. In plaats van daaruit de evidente konklusie te trekken dat derhalve geen enkel westers land (reeds) werkelijk democratisch was, maar dat de democratie er nog pas in haar kinderschoenen stond, werd de burgerlijke theorie eenvoudig aangepast. Van etisch werd zij "realistisch", en democratie werd gelijkgesteld met de organisatie-wijze van het Amerikaans politiek systeem.

Dat men die burgerlijke theorieën zélf niet meteen naar de geschiedenis verwees had ideologische redenen: de burgerlijke revoluties, die de burgerlijke staten hadden gevestigd, waren toch gevoerd met democratische idealen? Die aantasten zou zoveel betekenen als de faling erkennen van het burgerlijk élan. Het maatschappe-

lijk appèl dat die ideologie ondertussen verworven had maakte zulks té de-stabiliserend en zo werd de vraag "hoe democratisch is een systeem" vervangen door de vraag "hoe funktioneert ons - per definitie - democratisch systeem" (4).

De geringe participatie-graad werd verklaard met de notie van de "passieve consensus", de "zwijgende", dus instemmende meerderheid. Het probleem hoe men burgers naar de stembus lokken kon werd een technisch, eerder dan een politiek probleem. De massa was nu eenmaal onbekwaam, eerder dan vervreemd.

Zo'n empiricistische benaderingswijze in de politikologie wordt pas echt merkwaardig wanneer men bedenkt dat deze "ont-ideologisering" plaats grijpt in een periode waarin de democratische wereld toch een overwinning had geboekt op het fascisme als autoritair systeem. Waarom net toen, wanneer de waarde "demokratie" hoger stond aangeschreven als ooit tevoren, het belang ervan relativeren? Waarom juist in een periode, waarin brede lagen van de bevolking voor uitbreiding van de democratische rechten en vrijheden strenden, waarin de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens werd aanvaard en de volkeren in de derde wereld hun strijd begonnen tégen het koloniale juk, die waarde de-politiseren? Het is duidelijk dat de burgerlijke politikologie slechts één zijde van de medaille belichtte, en dat men zoals Almond en Verba evenzogoed van een participatie-eksplosie in de laat-kapitalistische maatschappij kan gewagen, waarin steeds méér bevolkingsgroepen op steeds meer niveaus van de maatschappelijke besluitvorming voor hun recht op inspraak opkomen. Het steeds opnieuw beklemtonen van de politieke apatie lijkt sterk op een bewust niet willen zien van de emancipatorische trend in de geschiedenis (Wertheim) om autoritarisme met zgn. wetenschappelijke argumenten te bepleiten. Of, zoals Bottomore het uitdrukt :

"The fundamental argument of the elite theorists is not merely that every known society has been divided into two strata - a ruling minority and a majority which is ruled - but that all societies must be so divided" (5).

Wie democratie als etisch-politieke waarde verdedigt is zoveel als een gevaarlijke anarchist geworden, die de chaos predikt. Orde staat voor hiërarchie, voor boven- en onderschikking. Horizontalisme en uitbreiding van de macht van de basis staat voor wan-orde, voor irrationalisme. In een dergelijke denkwijze hanteert men niet meer het beslissingsrecht van het volk - de volkssoevereniteit - als centrale notie, maar wordt het kiezen van leiders, die voor het volk beslissen tot evidentie verheven.

'Politiek bedrijven' is dan een beroep als een ander; zoals een handelaar 'in koffie' doet, doet een politikus 'in macht'. Wanneer een kiezerskorps haar leider heeft gekozen laat ze best aan hem het uitstippelen van het beleid over want "*political action is his business and not theirs*" (Schumpeter). Als politici hun werk niet goed doen zullen ze gesanktionerd worden bij de volgende verkiezingen. Dus zullen ze wel geneigd zijn met de belangen van hun kiezers rekening te houden.

Merk op dat dergelijk democratie-model volkomen struktuurgelijk is aan de burgerlijke verdediging van de kapitalistische produktiewijze. De individuele kapitalist is óók niet uit op het bevredigen van de behoeften van de konsumenten maar op winstmaksimilisatie. Omdat hij die winst maar kan realiseren wanneer men zijn produkten koopt, zal hij de wensen van de konsumenten in rekening moeten nemen of zal hij ze in de gepaste richting manipuleren.

De politikus zal in deze visie de belangen van de kiezer maar verdedigen omdat hij anders zijn politieke macht verliest, niet omdat hij die belangen intrinsiek verdedigbaar acht. Wat partijen beogen is in eerste instantie machtsuitbreiding door stemmenwinst. Als middel om dat te bereiken, worden programma's die de bevolking 'aanspreken' uitgewerkt. Partijen zijn dan een soort zaakvoerders in belangen.

Het zou uiteraard een al te grote simplifikatie zijn het politiek gedrag van de burgerlijke partijen slechts uit die logika te willen afleiden. Toch wijst veel erop dat zij een dominerende rol

vervult in de algemene visie op het politieke en dat geen enkele partij zich daaraan volledig kan onttrekken. Deze visie is immers, zoals ieder element van de ideologie, niet slechts een lou-tere gedachte maar realiseert zich tegelijk in de apparaten van de burgerlijke staat. Dat politieke partijen geen grondwettelijk bestaan hebben, impliceert nog niet dat hun maatschappelijke praktijk geen juridische sanktionering kent, of dat eender welke wetgevende praktijk buiten hun bestaan kan. Het vigerend parlementarisme is ten enenmale tot marktfenomeen verworpen. Met de zogenaamde 'natuurlijke' sanktionering die daaruit volgt : de hegemonie - het monopolie - van de sterksten.

De plotse vlaamsgezindheid van de PVV in de vorige legislatuur moet aldus niet worden verklaard uit een effectieve ommekeer van haar doktrine of belangen - de liberalen zijn unitaristen - maar uit haar funktie als parlementaire oppositie. De dominerende visie op het 'demokratisch spel' houdt immers in dat de oppositie de rol vervult, de legitimiteit van de meerderheid te bevestigen door als enige altijd het gevoerde beleid te kontesteren. Dat wil uiteraard niet zeggen dat men als politieke partij die funktie niet kan overstijgen - dat kunnen alle staatsapparaten (door bv. oppositie te verbinden met buiten-parlementaire krachten) - of dat er geen limieten aan de spelregels zouden verbonden zijn. Maar dat is net wat de PVV niet gedaan heeft. Zij heeft zich niet bij het anti-Egmont komitee aangesloten omdat dit haar oppositie ook daadwerkelijke inhoud zou hebben gegeven. En dit is, binnen die 'demokratische spelregels', haar funktie niet.

Het is moeilijk de evidentie van het dominerend beeld van het politieke te doorbreken omdat het zich doorheen alle staatsapparaten heeft gerealiseerd en doorheen alle media als natuurlijk gegeven wordt voorgesteld.

II. DE POLITIEKE MARKT

Uit het bovenstaande kan men afleiden dat burgerlijke partijen, als handelaren in macht, het politieke met de markt-logika verbinden. Enerzijds door in te spelen op bestaande belangen/behoeften, anderzijds door er nieuwe op te wekken. De politieke markt wordt in België grotendeels bepaald door de drie gekende assen: de sociaal-ekonomische, de levensbeschouwelijke en de kommunautaire.

De strijd die zich doorheen die assen ontspint blijft onduidelijk wanneer men hem niet tegelijk situeert binnen het geheel aan apparaten, waarin de respektievelijke krachten zijn geordend. Het kristelijk appèl van de CVP is niets zonder kerk, onderwijs, ziekenzorg, welzijnswerk, jongeren- en vrouwenbewegingen en dergelijke meer. De BSP is pas heel recent het geheel van haar nevenorganisaties - waaronder de koöperatieven - en de potentiële invloed die zij kunnen ontwikkelen gaan herontdekken. Toen de Vlaamse strijdorganisaties de rug toekeerden aan de Volksunie was het vonnis van die partij zo goed als getekend, enz.

Ook wanneer tijdens verkiezingskampanjes het beroep op de consensus tussen een geheel van afzonderlijk naar de stembus gevraagde subjekten centraal staat, krijgen de meeste programmapunten toch pas hun politieke betekenis langs de apparaten waarin ze 'gematerialiseerd' zijn. Een kampanje voor of tegen federalisme, nationalisatie van deze of gene sektor, subsidiëring van het welzijnswerk, hervorming van de sociale zekerheid enz. heeft veeleer betrekking op de daarin gekristalliseerde belangengroepen - wie bekleedt op dit ogenblik de machtsposities binnen wat - dan op louter principiële stellingenamen. Het kommunautaire en het Europese dossier zijn daarvan de meest recente voorbeelden: voor welk Vlaanderen, voor welk Europa opteren de "Vlaamse" of "Europese" partijen? Dat deze positie-oorlog om de macht binnen de ideologische (staats)apparaten voor de kiezer grotendeels verborgen blijft, maakt een juiste analyse van

doel en betekenis van politieke propaganda er niet makkelijker op. Hoe kan de kiezer nu objectief oordelen over bv. de opportuniteit van het federaliseren van het onderwijs, of het subsidiëren van huwelijks-konsulentebureaus wanneer hij niet tegelijk weet dat dit maatschappelijk de hegemonie van de CVP zou versterken ?

Politieke propaganda reflektereert daarom nooit duidelijk de juiste krachtsverhoudingen. Maar zij geeft ons wel inzicht in het beeld van het politieke dat de partijen aan de kiezer willen opdringen.

De recente kiesstrijd werd in feite reeds vóór de parlementsontbinding uitgevochten. Het diskrediteren van BSP en VU was toen reeds perfect bespeeld door de CVP. Terwijl deze laatste tijdens de recente kampanje triomfantistisch de positieve troeven in handen had en alle - voor de kiezer - negatieve aspecten op de andere koalitiepartners kon afwentelen werden BSP en VU in het defensief gedrongen. Dit propagandistische feit beheerste dan ook de verkiezingskampanje. De situering van de verschillende partijen omheen de drie genoemde assen werden compleet door elkaar geschud. De PVV vermeldde nergens meer haar standpunt over abortus, terwijl de BSP de grote verdediger van het pluralisme en de verdraagzaamheid werd. Koos de PVV duidelijk de kant van middenklassen en kapitalisten dan deed de BSP weinig moeite om haar imago als arbeidspartij te beklemtonen. Veeleer bleek in de BSP-kampanje het opvrijen van kaders en intellectuelen centraal te staan. Kommunautair wierpen alle partijen aan deze kant van de taalgrens zich weliswaar op als Vlaamsgezind en federalistisch, maar na de Egmont- en Stuyvenbergperikelen bleef ook hier een duidelijk standpunt achterwege.

Op de politieke markt spelen uiteraard nog andere categorieën - vrouwen, jongeren, gehandicapten, bejaarden, konsumenten - en problemen - bewapening, buitenlandse politiek, ekologie - een rol bij het samenstellen van het programma. Het is overigens opvallend dat de Vlaamse socialisten aan al die punten het meeste aandacht

spendeerden ten koste van een duidelijk standpunt in de klassenstrijd. Zal de BSP zich in de toekomst volledig afwenden van de problematiek der produktieverhoudingen om zich toe te spitsen op korrekties in de konsumptiesfeer alléén? In ieder geval ontbrak voor het eerst het magische woord "struktuurhervormingen" in haar programma en had het plaats geruimd voor "een nieuw industrieel beleid" met "Vlaanderen aan de top".

De strukturgelijkheid tussen politieke en commerciële markt uit zich nog sterker in de kieskampanje. Daar komt het erop aan 1° een imago te scheppen van de partij in functie van de te veroveren markt - de ruilwaarde van de partij - 2° de partij eigenschappen toe te dichten waarmee de kiezers zich kunnen identificeren - haar symboolwaarde - 3° het nut van de partij, haar diensten en programmapunten, te beklemtonen - haar gebruikswaarde -. De daartoe gehanteerde verkoopstechnieken bespelen dezelfde kanalen, dezelfde instrumenten. Zij worden uitgewerkt door dezelfde specialisten-bureaus en verschijnen onder dezelfde teken-vorm (affiche, sleutel-hanger, luciferdoosje). Ook kieskampanjes zijn afhankelijk van de vorm, waarin de markt verkeert, of van de tendenzen in die marktvorm. Is het een open markt - met een meerpartijenstelsel - een gesloten markt - met het monopolie van één overwegende partij - of een verzadigde markt - met een twee-partijensysteem - ? De bedreiging dat Vlaanderen naar een gesloten-markt-systeem zou evolueren, vormde een belangrijk programmapunt van de Vlaamse socialist.

De marktvorm bepaalt tenslotte in ruime mate de verkoopbaarheid van het programma evenals de regeringsvorm. In de Belgische kontekst waarin het aangaan van koalities vooralsnog noodzakelijk blijft, wordt het kiesprogramma vertroebeld achter de koelissen van de regeringsvorm. Geen enkele partij beschikt enerzijds over een parlementaire meerderheid die haar in staat stelt haar programma volledig door te voeren, anderzijds kan iedere koalitiepartner tijdens de kieskampanje de oorzaken van het niet of niet voldoende uitvoeren van het programma op de anderen schuiven.

III. HET BEROEP OP CONSENSUS

Periodes van verkiezingen vormen belangrijke momenten in de politieke socialisering van de bevolking. Doorheen de propaganda spreekt de burgerlijke ideologie de bevolking aan als een verzameling subjecten die enerzijds door hun stem hun wil kunnen uiten, terwijl hen anderzijds gevraagd wordt zich aan de staatsapparaten te onderwerpen. Dat een subject maar zelden als burger wordt behandeld is in dit ritueel minder belangrijk dan het feit dat hem de illusie wordt gegeven het politieke gebeuren, het geheel aan machts- en gezagsrelaties, daadwerkelijk onder controle te hebben. Partijen vervullen daarbij een pedagogische functie. Het is in die zin dat Althusser ze katalogeert onder de ideologische staatsapparaten omdat zij een beroep doen op het bestaan van een zgn. maatschappelijke consensus, een algemeen belang, dat voldoende is om de hegemonie van de dominerende groep over het staatsapparaat te (her)bevestigen.

Partijen "bewijzen, dat zij de regels, die op het niveau van de staat wettelijke verplichtingen zijn, hebben geassimileerd als morele gedragsprincipes. In de partijen is de noodzakelijkheid tot vrijheid geworden". (Gramsci) Discipline en dwang nemen tijdens verkiezingen de vorm aan van een spontane onderwerping. Die pedagogische identifikatie ("mon parti, c'est mon pays" propageerde Vanoudenhove ooit) kan echter ook worden aangewend om de structuren waarlangs de staat zijn hegemonie vestigt in vraag te stellen. Het streven naar de macht binnen de staatsapparaten kan dan een middel vormen om die apparaten in hun functie om te buigen. In hoeverre die doelstelling bij de verschillende politieke partijen aanwezig is kan men afleiden uit de methodes waarmee zij de publieke opinie tegenover het staatsapparaat wensen te situeren en uit de aansprekingswijze van de kiezer. Binnen de algemene konstellatie van de crisis zou men kunnen vermoeden dat de klassenstrijd steeds meer gepolitiseerd wordt, meer expliciet tot

uiting komt doorheen de verkiezingspropaganda. Het merkwaardige is nu dat in België de politisering van de kommunautaire verhoudingen centraal kwam te staan, terwijl met betrekking tot de sociaal-ekonomische problemen de polarisatie veel minder duidelijk tot uiting kwam. Dat kan slechts het vermoeden wekken dat het kommunautair dossier door bepaalde frakties van de burgerij en wellicht ook door de arbeidersgebonden milieus in Wallonië juist op dit ogenblik (voor Vlaanderen hoefde het echt niet zo dringend) wordt aangewend om hun greep op de produktieverhoudingen te versterken. Het kommunautair dossier kwam overigens tijdens de verkiezingen ook maar relatief mager aan bod terwijl iedere partij in haar kampanje de strijd tegen, of het beheren van de krisis centraal stelde. De verwarring tussen de ekonomische krisis en de politieke krisis - in de zin van de zgn. "krisis van onze politieke instellingen" - werd hierbij door burgerlijke partijen handig aangewend om hun loutere versterking alléén reeds als voldoende voorwaarde voor de oplossing voor te stellen.

We stelden ons de vraag wat de meest essentiële karaktertrekken waren van de gevoerde kampanje en hadden daarbij vooral aandacht voor de BSP omdat die toch nog steeds een belangrijk deel van de linkse krachten monopoliseert. We baseerden ons in de eerste plaats op de affiches, postinwerpsels en advertenties die ons in de Gentse regio bereikten. Nu weten we wel dat in de Belgische konstellatie slechts een relatief klein deel van de bevolking door kiespropaganda haar politieke keuze verandert, en dat, indien dit dan al gebeurt, zulks vooral voor rekening van de T.V. moet worden gebracht (6). Middelen als affiches, telefoons, post-inwerpsels, radio-wagens en -karavanen, meetings, huis-aan-huis-bezoeken e.d.m. hebben meer tot doel de overtuiging van de kiezer te bevestigen, hem te herinneren. Anderzijds spelen post-inwerpsels en advertenties in de persoonlijke kampanje van kandidaten op niet onmiddellijk verkiesbare

plaatsen wél een belangrijke rol. Zo maakte Luk Van den Bossche in zijn persoonlijke publiciteit ervan gebruik, waarbij hij zich veelvuldiger op het zgn. "Van Miert-effekt" beriep dan lijst-trekker Temmerman. Martens en De Clercq waren het meest aanwezig in brievenbus, op affiches, langs radiowagens. Terwijl de eerste optimaal zijn persoonlijk imago beklemtoonde deed de tweede dat heel wat minder opvallend, sinds dit bij de vorige verkiezingen voor talrijke kiezers blijkbaar in een verkeerd keelgat is geschoten. De Clercq maakte wél veel gebruik van zijn imago als fiscaal specialist, als kenner van de financiën bij uitstek, terwijl Martens alle middelen uitputte om zichzelf meer 'menselijk' en als all-round politikus te koop aan te bieden. Moest de CVP-voorzitter iets bewijzen aan Tindemans? In alle geval doorkruiste hij wekenlang de straten van de Gentse regio met huis-aan-huis-bezoeken, radiowagen, barnum-publiciteit. Hij betrok er zijn familiaal leven bij, zijn kinderen, zijn persoonlijke relaties. Zijn stijl komt recht uit een Vlaamse streekroman.

"Wie is die man nu wel? Wie is die man die aan het hoofd staat van de grootste politieke partij? Wie is die man die gegroeid is uit het jongetje van zeven dat, midden de oorlog, enkele dagen voor zijn eerste kommunie, zijn vader zag sterven en dat op zijn twaalfde maandenlang, erg ziek, te bed moest blijven?" (7)

Overigens zegt hij zelf over zijn huis-aan-huis-actie verbaasd te zijn over haar invloed.

"Ik verzeker U dat niet iedereen in staat is tot een oefening in nederigheid, zoals het binnentrekken in een kapperssalon of een flatgebouw en daar verdieping na verdieping af te lopen (...). U kunt niet weten hoe goed de mensen zijn en hoe gemakkelijk ze iemand graag zien (...). Zo iets maakt een intens moment van een elektorale periode." (8)

In ieder geval is het opvallend dat de persoonsgerichte propaganda steeds meer opgang maakt (9). Niet een bepaald programma, maar een zeker

figuur vormt de spil van de propaganda. Nu is dit personifiëren op zich beslist niet nieuw. In 1958 richtte de CVP haar kampanje reeds op Eyskens en Lefevre, in 1961 deed de BSP hetzelfde in Brussel met Spaak. Vanoudenhove werd door de PVV in 1965-68 naar voor geschoven. Wat echter wél opvalt in de nieuwe propaganda-stijl is dat personen er niet meer de verpersoonlijking zijn van een bepaald programma of idee maar dat zij zélf, als sterke personen, het programma zijn. Wat bv. "De Vlaamse socialisten met Karel van Miert" willen valt niet af te leiden uit hun affiches. Waarvoor je op Martens en Tindemans 'kan rekenen' al evenmin. De leider, de sterke man vormt het doorslaggevend argument, niet zijn opvattingen. Voor welk Europa "mister Europe" het opneemt, blijft in het Tindemans-effekt bewust in het vage.

De personifiërende aanspreking beklemtoont andermaal het primaat van de macht en van véél macht als oplossing. De kernbegrippen uit de recente kieskampanje wijzen in dezelfde richting. Uitvoerig werd gebruik gemaakt van noties als "eerlijk", "durf", "verantwoordelijkheid", "betrouwbaar", "rekenen op", "bekwaam", "realistisch" enz. Ook hier dus moeten bepaalde kenmerken van de partij die onduidelijkheid van het programma wegmoffelen. Die ontwikkeling in de politiek is allesbehalve geruststellend. Dat het uitgerekend de PVV was die met een duidelijk programma, met eisen die te nemen of te laten waren voor de proppe kwam, werd door alle andere partijen weliswaar als demagogie afgedaan, maar beklemtoonde de leegheid van hun eigen "programma" des te meer. Het politiseren van de economische crisis hadden wij immers in de eerste plaats van de socialisten verwacht. Maar zij gingen de verkiezingen in met een louter partij-politiek programma - de dreiging van de CVP-staat en de nood aan een sterke BSP - zonder duidelijk progressief alternatief. Geen wonder dat voor linkse kristenen de verschillen met de CVP ten enenmale vervagen. Dat men krachtdadige politiserende taal slechts uit de vakbeweging hoort - vooral het ABVV - is méér

dan een loutere toevalligheid. Het bewijst de omvang van de crisis van de politieke partij in België.

IV. DE BURGERLIJKE AANSPREKING

"De zogeheten 'publieke opinie' is nauw verbonden met de politieke hegemonie. Zij is het punt waar 'maatschappij' en 'staat', consensus en macht elkaar raken. (...) De publieke opinie is de politieke inhoud van de openbare politieke wil." (A. Gramsci)

Door het poneren van het primaat van het algemeen belang bevorderen partijen de maatschappelijke kohesie. Nu is het interessant na te gaan hoe partijen de relatie tussen de individuele kiezer en dat algemeen belang omschrijven. De 'mijn belang' is 'ons belang' - gedachte vormt het sluitstuk van de burgerlijke maatschappij-theorie. Het roept een wereldbeeld op waarin de maatschappij, onze economie, het politieke klimaat e.d.m. de betrokkenheid van allen bij veel maar van niemand bij iets opwekt. Zij stelt de schuldvraag niet, zij weigert een analyse in termen van klassen, belangentegstellingen en -konflikten. Iedere partij wéét natuurlijk best dat kiezers hun stem niet uitbrengen op de partij die "het" algemeen belang het beste dient, maar op de partij die naar hun mening hun belangen zal verdedigen. De burgerlijke techniek bestaat er dan ook in de ideologie te verbreiden dat door het maksimaliseren van het eigenbelang van ieder ook de gemeenschap in zijn totaliteit vooruitgaat. Dat je sociaal handelt, door egoïst te zijn. Op brutale, maar meesterlijke wijze werd dit principe door de PVV gespeeld. Het inspelen op het belastingsongenoegen bij de bevolking vormt in die taktiek niet het sluitstuk, wél het feit dat de PVV erin slaagt de oorzaken van de crisis ên de oorzaken van dit ongenoegen met elkaar te verbinden, en aldus een oplossing voor de crisis te beloven die tegelijk de individuele eigenbaat bevredigt.

Voor deze poujadistische vorm van politisering heeft AMADA-woordvoerder Merckx niets dan lof :

"Toen wij dat op de muren zagen verschijnen, hebben wij bij Amada gekonstateerd dat de liberalen net zo optraden als de maoïsten : ze namen de massalijn (10)."

Waaruit we alweer eens duidelijk inzicht krijgen in de zgn. 'massalijn' van AMADA. Ook de CVP bleek hiervoor niet ongevoelig en pikte snel op het thema in, na enkele weken. Toch situeert de CVP-propaganda-techniek zich over het algemeen op een ander vlak. Een flink stuk van haar verkoopbaarheid heeft die partij immers te danken aan de manier waarop zij de juiste dosis angst, onzekerheid, vrees voor ontwaarding en verval weet op te wekken. (Tema dat overigens ook centraal stond in de kiespropaganda van het Vlaams Blok - "voor méér politiek fatsoen" - . Tindemans is de man die "de durf had" de onheilsprofeet uit te hangen, hij "waarschuwde" tegen politieke "zwakheid". In die sfeer werpt hij zichzelf dan op als de noodzakelijke sterke man die "ernstig", want ongekompromiteerd de analyse maakt en de oplossing kent. Er zijn, aldus de CVP, geen duurzame oplossingen mogelijk zolang "de belangengroepen" (- lees : de vakbonden) het "vrij spel" krijgen, wanneer ieder meent er zomaar een andere mening op na te mogen houden. Eenheid vormt het slagwoord, inspraak en democratie de bedreiging.

"Zo ook is de CVP geen partij die, zoals de socialisten en de liberalen, voor één groep in de samenleving opkomt. Haar diepe eenheid en ruime aandacht gaat uit naar elke mens, waarvoor zij vrijheid en beslissingsrecht opeist zonder hem te ontslaan van zijn plicht tot solidariteit met de andere, vooral met de zwakke." (11)

Zij is 'gekrenkt' over de onfaire kritiek die haar leiders te verduren krijgen, maar zij blijft - eenzaam - 'het goede' beogen.

"In een één-tegen-allen strategie dient de CVP voor haar politieke tegenstrevers als de kop van Jut. Zij en haar leiders worden over de hekel gehaald op scherpe, onbarmhartige en vaak zeer kwaadwillige wijze." (12)

Over de politieke opties van de CVP-zélf geen woord.

Een dergelijke propaganda-stijl vereist het opwekken van een algemeen-belang-beeld dat niet identiek hoeft te zijn met het eigenbelang. Waarden als "noodzakelijke offers", "impopulaire maatregelen" e.d.m. vormen integendeel het sluitstuk van zo'n solidaristische ideologie. Zij komt aldus "realistisch" over en snijdt de pas af voor de belangengroepen die "slechts eigen voordeel en niet het algemeen welzijn voor ogen hebben". Met speciale aandacht voor de allerminstbedeelden... want die zijn toch niet georganiseerd en roepen solidariteitsgevoelens op bij allen. Niet de gehandikaptén zélf beogen de CVP-propaganda voor zich te winnen, wel de rest van de bevolking die in de eis voor een menselijker gehandikapténbeleid haar kristelijke waarden herkent. Het management van de CVP is meester in het manipuleren van menselijke strevingen en morele principes. Het kan dat omdat het de heersende moraal achter zich heeft, of althans als leider van die moraal erkend wordt. In die moraal wordt de absolute norm, het dogma, nog steeds gekultiveerd. De CVP bespeelde het thema van het "recht op leven" overtuigend konsekwent door naast haar anti-abortus kampanje plots voor de propen te komen met een wetsvoorstel om de doodstraf af te schaffen. De bedoeling hiervan was slechts propagandistisch (de doodstraf is al sedert 50 jaar niet meer toegepast) : de CVP neemt het op voor alle leven.

Zodoende wordt de ideologie verbreed dat het De Norm is die het maatschappelijk leven beheerst. Dat de wet, en niet de sociale krachtsverhoudingen, doorslaggevend zijn. De ideologie is ongevoelig voor sociologische argumentaties (zoals bv. in verband met abortus), relativering en tolerantie.

De CVP heeft haar 'beginselvastheid' nog eens her-bevestigd door plots met grondwettelijke bezwaren een regeringskrisis uit te lokken. Ook hier primeerde de norm boven de werkelijkheid. Dit beeld van coherentie, van dogmatische kon-

sekwentie, blijkt erg aantrekkelijk voor een overwegend katholieke bevolking : wat anders beoogt het 'etisch reveil' dan de hegemonie ?

De CVP is gekant tegen iedere konfliktanalyse, tegen iedere schuldvraag, en waarschuwt tegen "ongeoorloofd optimisme" en "valse beloften". Een dergelijke propaganda-stijl bemoeilijkt uiteraard de kampanje van partijen die zeer duidelijk voor de belangen van specifieke maatschappelijke groepen (zouden moeten) opkomen, althans in de mate waarin zij met dezelfde middelen menen naar de stem van de kiezer te moeten dingen. En dat is het wat de BSP gedaan heeft : zij nam een compleet burgerlijke kampanje-vorm over. Zij wierp zich op als de partij van het compromis zélf, de partij van de redelijkheid, de gematigheid. Ook daar blijkt de ideologie van het einde van de ideologie te hebben postgevat. Vóór de verkiezingen reeds verklaarde Willy Claes onomwonden dat de crisis een dergelijke omvang had aangenomen dat ook de BSP haar 'socialistische' eisen maar op de lange baan moest schuiven en de 'moed' moest hebben de werkelijkheid voor ogen te zien. Ook de BSP stelt de schuldvraag niet. De crisis van het kapitalisme vergt voor Claes kapitalistische oplossingen. We hadden van een zgn. 'socialist' wel andere taal verwacht en tenminste kritiek op het kapitalisme en een verdediging van socialistische structuurveranderingen willen horen. Wanneer de BSP meent naar de hegemonie te kunnen dingen door dezelfde taktiek als de CVP te volgen, dezelfde taal te spreken en dezelfde propaganda te voeren heeft ze het mis. Want, zoals M. Grammens het uitdrukt, de kiezer is beslist niet dom en de potentiële aantrekkingskracht van de socialistische idee in tijden van crisis realiseert men niet door die idee, en de eigen arbeidersbasis te verloochenen, want dan hoeft de BSP niet meer. Aan de BSP-kampanje "durven beslissen, eerlijker verdelen" kunnen we overigens nog meer bedenkingen vastknopen.

Men móet zich wel vragen stellen bij het Van Miert-*imago*, dat overloopt van de kontradikties.

Hij is zowat de inkarnatie geworden van de meest diverse deugden, vooral van diegene die de partij niet bezit. En zijn oplopen met het Skandinavisch model maakt iedere theorie over een zgn. 'verlinking' in de partij beslist twijfelachtig.

Waarom heeft Van Miert in feite zijn progressief imago te danken? Aan zijn biologische leeftijd, én aan standpunten i.v.m. Zaïre, bewapening, Europa en pluralisme. We willen het belang hiervan niet onderschatten maar enerzijds blijken ze in praktijk weinig consequent te worden toegepast, anderzijds versluieren ze het feit dat Van Miert over de problemen van de Belgische - of Vlaamse - arbeidersbeweging zijn mond houdt. Van Miert - die beslist véél van de PvdA geleerd heeft - rekent erop dat enkele vrijblijvende standpunten over vooral buitenlandse problemen hem ontslaan van zijn plicht als socialistisch voorzitter, de strijd tegen de crisis met de arbeidersbeweging te politiseren. De BSP slaagt er niet in om als progressief alternatief in Vlaanderen over te komen omdat ze dat ook niet is, en het is zeer de vraag of ze dat ook nog werkelijk wil. Het BSP-programma van "verbeteren" van de kleine pensioenen, "menswaardig" pensioen voor zelfstandigen, "verhoging" van de basisbedragen van het gewaarborgd inkomen, "optrekken" van de minimumbedragen, "eerlijker spreiden" van enz. ontbreekt het beslist niet aan onduidelijkheid. Dat één of ander Van Miert-effekt onvoldoende is om dit gebrek aan durf te verbergen pleit voor de kiezer. De BSP-voorzitter is een dergelijk ONINGEVULD figuur dat ondertussen wél zowat alle strekkingen binnen en buiten de partij er zich aan kunnen optrekken; de Jong-socialisten hopen op een verlinking terwijl het BSP-apparaat het opvrijen van krachten uit het centrum dankzij zijn niet-arbeidersgebonden verleden verhoopt. Met klassenstrijd of zelfs een arbeidersstandpunt heeft dat al lang niets meer te maken. Een persoonlijk imago kan pas inslaan wanneer er een duidelijke relatie bestaat tussen de persoon en zijn partij. Van Miert is daarin niet geslaagd, en hij zal méér in zijn partij moeten veranderen.

dan het vullen van het partij-bureau met ex-'68-ers, om daarin te lukken. De kritiek van N. De Baetselier op zijn partij 'van vroeger' geldt immers nog steeds :

"Vroeger was men in de BSP wel bereid 'n analyse te maken, maar bleef men vaag in het alternatief. En de konkrete hervormingsstrategie bleef helemaal uit. Het ideologisch kongres van 1974 was daar een uiting van. Men was wel bereid op stappen te zetten naar een alternatief, maar er kwam niets terecht van die konkrete hervormingsstrategie." (13)

Wanneer Claes er openlijk voor uitkomt, "de liberals naar Angelsaksisch model, dat zijn wij", koesteren we weinig illusies over die strategie.

De BSP heeft het alsmear over "verjonging", "vernieuwing", "durf", "re-organisatie", "andere mentaliteit", "risiko's" etc. En Van Miert als de man die het werkje, dat Martens opknapte in de CVP, nu in de BSP moet klaren. Maar men verkoopt geen socialisme op dezelfde manier als Merckx de kwaliteit van frietvet kon garanderen. Men bereikt geen "effekt" met een knaap die zijn daadwerkelijke solidariteit met de arbeidersbeweging nog moet bewijzen. Zolang de BSP geen alternatief voorstaat dat er ook werkelijk één is, geen eisen stelt die voor haar te nemen of te laten zijn, niet overkomt als de drager van een nieuw idee, waaraan veranderingsgezinden zich kunnen optrekken, is het waarschijnlijk dat de BSP, ondanks haar barnum-kampanje steeds dieper in de ongeloofwaardigheid zal wegzinken.

De Volksunie-kampanje was opvallend defensief. Een aantal heren, die deel uitmaakten van de vorige regering op de foto en de nonsensikale slagzin "andere partijen hebben veel belangen, wij maar één, het uwe" bleken onvoldoende om het verstoord vertrouwen in die Vlaamse partij te herstellen. De VU was het slachtoffer van het CVP-gemanoeuvreren en kon ternauffernood haar andere, dan Vlaamse troeven, uitspelen, omdat ze daarvoor niet bestaat. Ook zij verviel in haar neiging haar "verantwoordelijke" leiders uit de vorige regering als argument-op-zich te hanteren.

Mét een kwijting van Schiltz. Maar net als Van Miert met z'n afkeuring van het Mobutu-régime geen socialistische partij kan versterken, kan Schiltz de 'prestaties' van Hector De Bruyne c.s. aanwenden om de VU te redden.

Het is overigens een algemeen verschijnsel dat er in de Belgische politiek geen programma-partijen meer willen zijn, maar dat zij allen steeds meer op elkaar gaan lijken. Dat taalpartijen zich van hun louter kommunautair imago willen bevrijden en de BSP van zijn arbeiders-imago. Dat de kiezer zoiets niet slikt lijkt nogal evident, want dan kan men net zo goed de 'veiligheid' van de sterkste partij opzoeken, die alle maatschappelijke groepen en problemen aanspreekt en bovendien de macht heeft om ze te realiseren.

V. VOOR EEN HERWAARDERING VAN DE BURGER

Er zit nog steeds een kern van waarheid in Bloch's stelling:

"De nazi's hebben vol bedrog gesproken, maar tegen mensen; de socialisten spreken volledig de waarheid, maar over de dingen; het komt er nu op aan, tegen mensen in volledige waarheid over dingen die de hunne zijn te spreken."

Dat is wellicht ook één van de essentiële bedoelingen geweest van het vernieuwd imago van de BSP tegenover de CVP. Het 'vermenselijken' van de propaganda is echter nog iets anders dan het verloochenen van de eigen ideologie en het nappen van de burgerlijke reclame-techniek. Veel-er komt het erop aan het 'menselijk gelaat' van de CVP te ontmaskeren en de eigen zgn. zakelijke optie voor socialistische structuurveranderingen te konkretiseren in eisen die aansluiten bij de verzuchtingen van de bevolking. Het is niets minder dan een complete kapitulatie, de bevolking in volle krisistijd voor te houden dat het nu het moment niet is om die verzuchtingen te reali-

seren. Om het socialisme als reëel alternatief tegenover de chaos die het kapitalisme overal aanricht te verdedigen, is in de eerste plaats vereist dat met de zo noodzakelijke herwaardering van het parlement een herwaardering van de kiezer, een herwaardering van de burger samen gaat. Dat kan door die kiezer au sérieux te nemen, hem informatie te verschaffen en niet door hem om de tuin te leiden met werfartikelen die berekend zijn op loutere suggestieve en symbolische beïnvloeding alléén. Een politiek alternatief dat er één is spreekt de burger aan in een andere taal, met andere propaganda en iets anders dan propaganda. Het komt erop aan de democratie te herwaarderen in plaats van ze konstant te ontluisteren. Partijen niet op te vatten als ronselaars van stemmen, maar als organisaties die een politiek programma willen realiseren. Burgers niet te mishandelen als te manipuleren en te betuttelen wezens, maar als daadwerkelijke participanten in het maatschappelijk bestel. Kampanjes toe te spitsen op overtuiging, niet op overreding.

Ook marxisten hebben mijns inziens té lang de burger afgedaan als een louter schijnheilige fictie waarmee de burgerlijke ideologie de heerschappij van de kapitalisten verborg. De kritiek van Althusser op die ideologie van het subjekt is terecht, maar impliceert niet dat men het burgerlijke humanisme door negatie alléén heeft overstegen. Ook in dat humanisme ligt immers een emancipatorische trend' vervat.

Het is niet toevallig dat ook de huidige burgerij haar oorspronkelijke ideologie verloochent, als utopie afschrijft. De democratische verworvenheden werden in praktijk immers niet dóór, maar tégen de burgerij veroverd.

De aarzelingen van links om het konsekwent op te nemen voor de mensenrechten kadert overigens in diezelfde argwaan tegenover het statuut van de 'burger'.

Bestond de fout van de traditionele liberalen erin de 'burger' als onproblematisch gegeven te beschouwen, dan ligt de fout van veel marxisten hierin, de relatieve autonomie en zelf-realisering van het concept te negeren. De 'burger' is echter noch een louter produkt van zijn persoonlijke wil noch een louter produkt van maatschappelijke determinanten, maar een na te streven mensbeeld, net zoals de democratie geen gegeven, maar een te realiseren doel is. Ik geloof dat een herwaardering van die burger, verbonden met de strijd voor uitbreiding van de 'burgerlijke' democratische rechten en vrijheden een centraal aspect vormt in de strijd van de linkerzijde tegen de verrechtsing, in deze krisistijd. Het is omdat we het opnemen voor de 'burger' dat we manipulatie en endoktrinatie bestrijden, opkomen voor een verkiezingsstrijd en -stijl die de participatie van de burger ook daadwerkelijk beoogt. Het is daarom dat we het parlement, de informatie-plicht van de overheid, verkiezingen zo noodzakelijk aan herwaardering toe achten. Omdat de strijd tégen die verworvenheden door rechts werd ingezet, omdat zij belang heeft bij het monddood maken van de burgers. De 'burgerlijke' democratie wordt niet door de arbeidersklasse, maar door de burgerij bedreigd.

Koen RAES

VOETNOTEN

- (1) PICQUE Charles & DUFOUR Francis, Kiessteels en overredingstechnieken, gemeentekrediet van België, Brussel, 1977, pag. 51
- (2) Cfr. het recente rapport van de Trilaterale Commissie The Crisis of Democracy van Crozier M.J., Huntington S.P. en Watanuki J., New York, 1975.
- (3) Cfr. o.a. Schumpeter, Capitalism, Socialism and Democracy, Londen, 1943; Dahl R.A., A preface to democratic theory, Chicaco, 1956; Lipset S.M., Policial man, New York, 1959.
- (4) Macpherson, Democratic Theory, essays in retrieval, Oxford, 1973.
- (5) Bottomore, Elites and Society, Londen, 1964
- (6) Picque C. & Dufour F., op. cit., p. 117.
- (7) Uit de verkiezingsfolder "Recht door zee met Wilfried Martens", pag. 2.
- (8) Interview in Knack, 27 december 1978, nr.52, p. 17.
- (9) Dewachter W., Kleine-schaalverandering of trend : 'de personifikatie van de politiek langs de propaganda, Res Publica 1972, 2, pag. 325 e.v.
- (10) Debat in Knack.
- (11) Advertentie in Knack, 'De CVP zoals ze werkelijk is', pag. 253.
- (12) Ibidem.
- (13) Knack, 5 december 1979, pag. 17.