

Auteur Bert Pol



Tegen de communicatie

Wanneer je in de boekhandel op een prominente plaats een boek ziet liggen met de titel *Tegen de communicatie*¹, kijk je als communicatieprofessional minimaal verrast op. Welk betoog zou zich achter die provocerende titel ontvouwen? Blijf je na lezing ontgoocheld achter, in de zekerheid dat je beter aan een omscholing kan beginnen? *Tegen de communicatie* is een publicatie van de Italiaanse filosoof en hoogleraar Mario Perniola (1941-2018), die zich toelegde op media, literatuur en esthetica. In 2004 verscheen het boek in het Italiaans, in 2023 kwam de Nederlandse vertaling uit. Beide data zijn niet zonder betekenis.

In 2004 beheerste Berlusconi in Italië het politieke toneel, de man die destijds niet zelden de media domineerde, maar zelf ook een media-imperium bezat. In Nederland is anno 2023 politiek in hoge mate een mediaspektakel. Bovendien zijn de literatuurstudies aan letterenfaculteiten naar de marge verdreven, ten gunste van communicatiestudies. Het zijn de hoogtijdagen van de communicatie. Dat het mediageweld Perniola niet vrolijk stemt, doet de titel van zijn publicatie al vermoeden: *Tegen de communicatie* is een aanklacht.

Communicatie als hol vat

De inleiders van de Nederlandse editie noemen *Tegen de communicatie* een pamflet, een genre dat geassocieerd wordt met scherpe kritiek op een actueel fenomeen. Perniola trekt in zijn publicatie fel van leer tegen de massamediacultuur. Dat is een belangrijke constatering, want de titel *Tegen de communicatie* lijkt erop te wijzen dat hij tegen communicatie in het algemeen is. Dat is niet het geval. Vanzelfsprekend niet, zou je bijna zeggen, want het

zou betekenen dat iedereen het leven zou moeten leiden van een Kartuizer kloosterling: in stilte en afzondering. Hij blijkt zijn pijlen te richten op politieke en maatschappelijke communicatie van personen of groepen die macht willen verwerven louter en alleen door zich in de kijker te spelen. Hun communicatie heeft geen inhoudelijke boodschap, geen harde kern. In communicatiewetenschappelijke termen zou je kunnen stellen dat hun uitingen tekens zijn die nergens naar verwijzen. Ze creëren geen betekenis en zijn waarden-loos. Dat is geen synoniem van waardeloos; het wil zeggen dat de uitingen niet ontsproten zijn aan of verbonden met waarden en ook geen waarden uitdragen. In die zin zijn ze lege hulzen of holle vaten. Dat hoeft geen probleem te zijn. Een substantieel deel van onze interpersoonlijke communicatie is er ook niet op gericht om anderen te informeren, terecht te wijzen of samen plannen te maken. We praten vaak om te praten, wat alleen een sociaal doel dient: het bevestigen of creëren van een band, wellicht vergelijkbaar met het vlooiën van apen. In het geval van politieke of maatschappelijke massacommunicatie, is communicatie die nergens naar verwijst meestal wel kwalijk. Als uitingen of betogen waarden-loos – in de zin van ‘zonder waarden’ – zijn, is er geen referentiepunt en kan er daardoor ook geen onderscheid gemaakt worden tussen de achterliggende principes van partijen. Het enige referentiepunt is de persoon van wie de communicatie afkomstig is. Omdat die persoon zijn eigen waarden niet expliciteert, kan hij elke tegenwerping van zich af laten glijden. ‘Dat heb ik niet zo bedoeld’, ‘het is uit de context gerukt’, ‘u verwijt mij iets wat ik nooit heb beweerd’.

Je wordt geacht de spreker te geloven louter op zijn gezag, niet omdat je het eens met hem bent, maar omdat *hij* het zegt. En hem te geloven wat

1. Perniola, M. *Tegen de communicatie*. (2023) Vert. uit het Italiaans, ingel. en toegel. door L. Schreuders en A. Weststeyn. Utrecht: Uitgeverij IJzer.

‘De kracht van een filosofisch betoog ligt vooral in het stellen van vragen’

hij ook maar zegt. Dergelijke communicatoren zijn vaak zowel anti-autoritair als autoritair. Dat is een paradox in de eigenlijke zin van het woord: een schijnbare tegenstelling. Zij zijn anti-autoritair omdat ze zich afzetten tegen alles wat hen niet bevalt, maar eenmaal aan de macht manifesteren ze zich vaak juist als autoritair. Ze maken tegenstrevers monddood door de pers aan banden te leggen en de rechterlijke macht onder het gezag van de politiek te brengen. De analogie met machthebbers in EU-lidstaten die zich afzetten tegen de autoriteit van de EU, maar in eigen land autoritair optreden, ligt voor de hand.

Op deze leest geschoeide massacommunicatie is een bedreiging voor de democratie: in plaats van een debat op basis van argumenten en de achterliggende waarden, is er alleen afwijzing van alternatieve standpunten op basis van een geloof zonder duidelijke waarden.

Spindoctoring en principes

In het licht van het bovenstaande is *Tegen de communicatie* de moeite waard. Met name de belichting van waarden-loze massamediale communicatie die nergens naar verwijst en derhalve geen betekenis creëert, is verhelderend. Ze zou iedere communicatieprofessional die in de verleiding komt zijn talenten en inzichten daarvoor te lenen te denken moeten geven. Wil je bijvoorbeeld in de strijd om de kiezer de beste beïnvloedingstechnieken

uitbroeden om in te zetten ten faveure van je broodheren. Of meewerken aan spindoctoring om samen met de opdrachtgevers optimaal gebruik te maken van de mogelijkheden om steeds weer uitspraken te verdraaien. (Spindoctors van dergelijke opdrachtgevers zullen het overigens tamelijk gemakkelijk hebben, omdat ze hun opvattingen en uitspraken niet baseren op onderliggende waarden, of die in elk geval niet prijsgeven. Ze kunnen dus ook steeds van kleur verschieten zonder van verraad van de eigen principes beschuldigd te worden.)

Esthetica en het belangeloze belang

De kracht van een filosofisch betoog ligt vooral in het stellen van vragen: klopt die redenering of aanname wel, moeten we onze mening of werkwijze niet heroverwegen of bijstellen? Perniola beperkt zich daar in *Tegen de communicatie* niet toe. In het tweede deel van zijn publicatie verkent hij hoe het tij gekeerd zou kunnen worden. Het antwoord zoekt hij in de esthetiek. Esthetiek die als academische discipline in de achttiende eeuw ontstond en beschouwing van schoonheid verenigde met onderzoek naar zintuigelijke kennis van affecten en emoties.² Een kernpunt van de esthetiek is ‘het belangeloze belang’. Deze schijnbare tegenstelling die teruggaat op Immanuel Kant komt erop neer dat een kunstwerk een gevoel van welbehagen bij je oproept waarvan je wil dat het voortduurt, ook zonder dat je dat kunstwerk hoeft te bezitten. Het *belang* is hier de esthetische ervaring als gevoel van

2. Perniola (2023), 149-150,

welbehagen, het *belangeloze* dat je het object dat je het gevoel geeft daarvoor niet hoeft te bezitten. Die attitude van het nastreven van het ‘belangeloze belang’, zou je moeten kunnen incorporeren in de politiek. Er is een belang, maar dat belang is groter dan het persoonlijke belang. Ieders belang moet onderkend en gerespecteerd worden. Dat betekent dat we de verschillen tussen onze waarden en die van anderen accepteren. Ondanks verschillen is er dan harmonie. Dat bereik je niet door onderhandelen. Bij onderhandelen – deal making – gaat het er uiteindelijk om een zo groot mogelijk deel van de koek in handen te krijgen. Belangeloos belang is daar ver te zoeken.

Heeft deze weg kans van slagen? Perniola zegt daar zelf over: ‘Of de esthetiek daadwerkelijk iets tegen de communicatie kan betekenen, hangt af van haar capaciteit om een maatschappelijk front om zich heen te vormen dat zo divers lijkt dat het als een dwarsdoorsnede van de maatschappij kan worden gezien in vergelijking met traditionele splintergroepen.’³ Het klinkt utopisch.

Tegen welke communicatie?

Hierboven staat al dat de titel *Tegen de communicatie* verwarrend is, omdat Perniola’s betoog zich niet blijkt te richten tegen de communicatie in het algemeen, maar alleen tegen een manifestatie van politieke communicatie die alleen ten dienste staat van het verwerven van macht en dat op een zeer bedenkelijke wijze doet. Waarom Perniola de term communicatie zo extreem ongenueanceerd bezigt, weten we niet. Ik zou het hem graag hebben horen uitleggen.

Bevreemdend is dat de twee vertalers die ook de inleiding bij Perniola’s boek schreven, de hele overheidscommunicatie blijken te zien als een verpersoonlijking van het kwaad, met

3. Perniola (2023), 107-108

4. Perniola (2023), 8

communicatieadviseurs als zijn dienaren. Zo heeft ‘de communicatie zodanig om zich heen gegrepen, dat alle literatuur (en alle kunst, wetenschap en politiek) tot een brij van ondefinieerbare smaak of substantie was verworven’.⁴ Communicatie is er de schuld van dat taal- en letterenstudies zijn omgevormd tot communicatieopleidingen.⁵ In alle overheidslagen ‘stikt het’ van de communicatieadviseurs en nu ‘buitelen ministers en Kamerleden over elkaar heen om zich met pakkende oneliners te profileren in talkshows op tv of met listig gemonteerde filmpjes op sociale media’.⁶ Het is vreemd om te suggereren dat communicatie de oorzaak van de malaise in taal- en letterkundestudies is en communicatieadviseurs verantwoordelijk zijn voor het mediabeluste gedrag van een aantal politici. Maatschappelijke ontwikkelingen liggen daaraan ten grondslag. Communicatie is een instrument, het zijn mensen die het inzetten op een manier die hen goed uitkomt.

Maar los daarvan lijken de inleiders niet te weten dat het allergrootste deel van overheidscommunicatie helemaal niets van doen heeft met het in de kijker spelen van bewindspersonen en het strooien van zand in de ogen van burgers. Partijpolitieke communicatie is al helemaal geen onderdeel van overheidscommunicatie. Zo goed als alle overheidscommunicatie dient een eerbaar maatschappelijk doel, namelijk het zo goed mogelijk voorlichten van burgers en het bevorderen van een maatschappelijk klimaat waarin mensen zo goed mogelijk kunnen gedijen. Dat gaat vanzelfsprekend niet altijd goed, maar de oorzaak daarvan ligt vrijwel nooit bij kwade opzet. ■

5. Aw. 8.

6. Aw. 9.

