

column

NOORTJE MARRES

HET HANDELEND (ON)VERMOGEN VAN HET PUBLIEK

Er is niets ongewoons aan uitspraken als ‘ze gaven eindelijk toe aan de publieke druk’ of ‘de publieke opinie reageerde onintelligent’. Zulke uitdrukkingen klinken zo vertrouwd dat het ons gemakkelijk ontgaat dat ze een geheimzinnige entiteit oproepen. Sterker nog: een publiek tevoorschijn roepen dat in staat is handelingen te verrichten als het ‘uitoefenen van druk’ kan niet zonder de nodige magie. Maar die magie wordt vaak niet onderkend. Wie een bepaald publiek wil verdedigen zal willen bevestigen dat het werkelijk bestaat en heeft er dan ook weinig belang bij te erkennen dat het zich alleen dankzij magie kan manifesteren. En degenen die kritisch staan tegenover een bepaald publiek zullen willen bewijzen dat dit publiek geen echt publiek is. Ze zullen willen aantonen dat het hier louter gaat om een paar actoren met dubieuze belangen: zakenlui, linkse rakkers of zo. Met andere woorden: ze zullen trachten de magie te doden. Maar om te kunnen begrijpen waartoe een publiek in staat is, is het volgens mij van cruciaal belang inzicht te hebben in de magie die is vereist om het te laten verschijnen.

Een eerste grove indicatie dat een publiek dat tot handelen in staat is een raadsel vormt, is dat zo’n entiteit, althans volgens het gezond verstand, een praktische onmogelijkheid is. De notie van een publiek dat tot handelen in staat is berust op twee tegenstrijdige aannames. Aan de ene kant veronderstelt ‘handelen’ dat er een identificeerbare ‘actor’ is, liefst een persoon, aan wie de handeling kan worden toegeschreven. Kijk naar ons rechtssysteem: om vast te stellen dat een bepaalde daad is gedaan, goed of slecht, stellen we de eis dat er een specifieke dader is aan wie deze handeling kan worden toegeschreven. Ons gezond verstand zegt dat er geen daad is zonder dader. Aan de andere kant is een belangrijk kenmerk van een publiek dat het niet kan worden gereduceerd tot een identificeerbare actor. Een publiek moet nu eenmaal bestaan uit meer dan een herkenbare verzameling individuen. Als duidelijk wordt dat achter een publiek alleen een bepaalde sociale groep schuilgaat, wordt zijn status als publiek discutabel. Als je kunt zeggen: het gaat hier enkel om een stel heibel schoppende milieuactivisten, dan hebben we gewoon met een belangengroep te maken. Als wordt onthuld dat ‘de menigte door het politieke campagneteam de zaal was binnengeleid om te juichen tijdens de toespraak van de kandidaat’, dan

spreken we van oplichterij. Een publiek moet dus tegelijkertijd aan twee eisen voldoen: het moet tot *agency* in staat zijn, maar niet te herleiden zijn tot een identificeerbare *agent*.

Een onmogelijke combinatie van eisen, die niettemin in veel hedendaagse culturen als normaal wordt geaccepteerd. Hoe kan dat? In dit verband is één bindende afspraak van cruciaal belang, die typerend is voor moderne democratieën: de afspraak dat men niet accepteert dat een vertegenwoordiger handelt in naam van het publiek als dat publiek zelf moet handelen. Een radicale democratie gaat nog verder en eist dat de handelingen van een publiek totaal niet te herleiden zijn tot de acties van één of enkele personen. Om aan die eis te voldoen, om een verdieping van de democratie te bereiken die verder gaat dan de vertegenwoordigende democratie, zijn allerlei vormen ontwikkeld waarin het publiek zich kan uiten en via dit proces eventueel *agency* kan verwerven. De massademonstratie is één oplossing, de opiniepeiling een andere, en dan heb je nog de spectaculaire protestactie en het mediadebat, enzovoort. Deze vormen zijn te beschouwen als pogingen het raadsel van een handelend publiek werkbaar te maken, dat wil zeggen een vermogen tot actie te creëren maar niet een identificeerbare actor. Deze vormen moeten dus *agency* mogelijk maken zonder dat er specifiek iemand aan te wijzen is die tot de handeling aanzet.

Als we het hebben over de mogelijke vormen om het publiek te organiseren, zeggen we ook dat de media in dit alles een speciale rol spelen. Om te beginnen worden de media soms verantwoordelijk gehouden voor de hierboven vermelde radicalisering van de democratie. Volgens sommige politieke theorieën was het de opkomst van de gedrukte media die maakte dat men ‘het publiek’ begon te zien als een gehoor begiftigd met een stem. Als dat zo is, moeten de media verantwoordelijk worden gehouden voor een zeker verlies aan respect voor de vertegenwoordigende democratie, dat wil zeggen voor de gedachte dat het voldoende is als een publiek optreedt via individuele vertegenwoordigers. Zo was het volgens de filosoof Kierkegaard de schuld van ‘de pers’ dat het publiek in zijn tijd een abstracte entiteit was geworden. Hij merkte op dat in vroeger tijden ‘voortreffelijke mannen’ namens het publiek konden spreken, maar dat het publiek na de opkomst van de gedrukte media de vorm had aangenomen van ‘een monsterlijke abstractie, een alomvattend iets dat niets is, een luchtspiegeling – en dit fantoom is het *publiek*.’ Intrigerend genoeg vond Kierkegaard het vooral een probleem dat dit door de media geproduceerde fantoom niet in staat was tot handelen.

Enkele tientallen jaren nadat Kierkegaard zijn sombere observaties deed, ontvouwde de bekende Amerikaanse intellectueel Walter Lippmann het argument dat de media

weliswaar een cruciale rol spelen in het oproepen van fantoompublieken, maar ook van fantoompublieken met het vermogen tot handelen. Lippmann schreef in de jaren twintig van de twintigste eeuw dat media als de dagbladers, de radio en de telefoon onmisbaar zijn voor de organisatie van publieken, dat wil zeggen, voor het produceren van een non-actor die niettemin op een bepaalde manier tot handelen in staat is. Volgens hem kunnen de publiciteitsmedia een publiek produceren als *effect*. Door verslag te doen van conflicten, discussieplatforms te bieden en meningen te peilen, stellen de media publieken in staat zich te uiten, zo stelde Lippmann. De media geven daarmee namelijk richting aan de onbestemde en veelsoortige belangen van een ongedefinieerde bevolking. Ze kanaliseren deze belangen tot een stroom met een welomlijnde lading, namelijk of men voor of tegen een bepaalde positie, beslissing, interventie is.

Door het publiek te herdefiniëren als een effect van mediacirculatie loste Lippmann het raadsel van het publiek een heel eind op. Het probleem van deze oplossing is echter dat hij het publiek, door het tot een effect te reduceren, erg zwak deed lijken. Volgens Lippmann ontstaat een publiek uit mensen die een definitief 'ja' of 'nee' destilleren uit de gevoelens die in de media rondgaan. Het valt moeilijk voor te stellen hoe een publiek dat aan deze beschrijving voldoet macht zou kunnen uitoefenen.

Dat een publiek dat kan is echter duidelijk uit uitspraken als 'ze waren gedwongen op de publieke druk te reageren'. De vraag die na Lippmann blijft staan is dus die naar de krachten die een publiek kan ontketenen.

Om deze krachten te begrijpen moeten we volgens mij in elk geval het volgende erkennen: het vermogen tot handelen van het publiek vloeit mede voort uit het feit dat deze entiteit niet volledig traceerbaar is. Dat wil zeggen, de kracht van het publiek ligt mede in het feit dat het onmogelijk is zijn exacte potentieel te kennen. En wel om de volgende reden: als iets in de media publiciteit krijgt, een persoon, een voorwerp of een gebeurtenis, dan vindt een radicale vermenigvuldiging plaats van het aantal potentiële relaties dat deze entiteit kan aangaan met andere dingen en mensen. Als iets begint te circuleren in de publieke media, ontstaat de mogelijkheid, de dreiging zelfs, dat een onbepaald aantal actoren zich aandient om deze entiteit te ondersteunen en sterk te maken. Het feit dat een publiek niet precies te traceren valt tot een beperkt aantal identificeerbare bronnen is dus cruciaal voor de effectiviteit van dat publiek, en daarmee krijgen publieken een gevaarlijk soort *agency*.

Hieruit wordt ook duidelijk waarom de wens om het publiek concreet te maken, het te condenseren tot de werkelijke actoren waaruit het bestaat, berust op een verkeerd

begrip van het publiek. Wanneer men het over publieken heeft, en wanneer men 'het publiek' in stelling brengt, komt het erop aan mee te werken met de dreiging van een gedeeltelijk ontraceerbaar potentieel van verbindingen, niet deze te elimineren.

Literatuur:
Søren Kierkegaard, 'Een literaire bespreking. Twee tijdperken: het tijdperk van de revolutie en het huidige tijdperk', in: *Denken en Zijn*, uit het Deens vertaald door Gerard Rasch (Meppel: Boom, 1982).
Walter Lippmann, *The Phantom Public* (New Brunswick en Londen: Transaction Publishers, 2002, oorspr. 1927).