

Gladiatoren tegen wil en dank.

Duw ze in het defensief! Uit hun comfortzone. Dat hebben de mensen graag. Laat ze maar wat vechten!

In geen van de voorgaande verkiezingsperiodes heeft de honger naar vertier in de media zoveel invloed kunnen hebben als in deze. Het tanen van gezagsfuncties en -instellingen heeft stilaan zijn nulpunt bereikt. Noch geschreven, noch online media trekken zich nog iets aan van de status die een opdracht als vertegenwoordiger van het volk met zich dient mee te brengen. Jammer genoeg hebben ook politici meegedaan aan de afbraak. Maar het proces is al lang daarvoor begonnen en valt zowat samen met de opkomst van sociale media. Die gaf snelheid aan de vicieuze cirkel. Wat doen de (sociale) media dan met die politici in de aanloop naar verkiezingen? Hun gezag heeft nauwelijks nog waarde. Wat de revue passeert, dient enkel nog om het volk brood en spelen te geven.

Op sociale media vinden mensen het stoer om politici losers te vinden. Met hun oneliners halen ze vooral geen visie voor onze toekomst aan. Tv-programma's die politieke kopstukken in een kasteel opsluiten à la Big Brother, of hen opdraagt in pyjama (jawel, op RTL) in debat te gaan met elkaar, of mensen tegenover de partijen zet die het beter weten zonder dat die laatste verantwoording moeten afleggen, ... Als paddenstoelen schieten ze uit de grond.

Niemand die er intussen bij stil staat dat het hier ten eerste over mensen gaat die zich engageren voor een hoger doel en ten tweede over een opdracht gaat die het individueel belang zou moeten overstijgen en voor de gemeenschap zou moeten dienen. Twee elementen waar ik toch graag even verder op wil doorgaan.

Het engagement van politici. De mens achter elke politicus, krijgt een telefoontje van een programmamaker, zoiets als: "Alle partijen sturen hun topper naar het kasteel en jij moet ook komen. Als je niet komt, geen zorg, dan blijft jouw partij afwezig. Kom je wel, dan draag je een micro gedurende de hele periode en doe je gewoon mee met de verrassingen die we voor iedereen in petto hebben. We zien dan zelf wel hoe we de zaak monteren en aan de kijker tonen." Of zoiets als: "als je nu eens in pyjama komt? Dat zal de kijker zeker leuk vinden. En we hebben ook wat regels om je niet de kans te geven om genuanceerd te reageren of een kwestie te negeren". Hemeltje lief. Wat moet je daar als kandidaat mee? Je wil niet meedoen, maar je kan niet wegblijven. Politici laten zich collectief degraderen in een commercieel spelletje. We hebben zelf onderzoek gedaan (en gelezen) over de redenen voor politiek engagement. Deel zijn van een modern gladiatorenkorps tot glorie van de commerciële zender was er zeker niet bij.

Het gemeenschappelijk belang. We zijn streng voor politici hun beleid. Maar met het oog op de bal, zien we ook wel hoe de kiezer de kaarten legt. De enige vragen die ik kreeg

over de verkiezingen gingen over het Vlaams Belang. Boeiend hoor. Die partij heeft geen enkele regel gemaakt, trekt zich van niemand iets aan en belooft voor iedereen dat de zaken anno 2024 eigenlijk eenvoudig zijn. Als je maar brutaal wat harde lijnen trekt. Quod non. In een continent dat aan een snel tempo vergrijst, dat te veel aanslag pleegt op de draagkracht van de aarde, meer opwarmt dan het kan verdragen, dat industrie verliest door globalisering en dat op zoek is naar nieuwe remedies voor vrede... In dat continent zoek ik naar verstandige personen, die de uitdagingen begrijpen en voorzien van plannen op de langere termijn. Dus zoek ik naar tv-programma's en artikels die de tijd nemen om die plannen te begrijpen, te bevragen en er steun voor te zoeken. Mijn stemgedrag zou daardoor bepaald worden. Maar ik weet het: dat is saai, wellicht te saai om veel geld mee te verdienen.

Ik zie vandaag edele pogingen bij een enkele krant, een enkel programma. Maar de dag nadien, zie ik opnieuw de molen van brood en spelen, die de oneliners selecteert en de nuance uit de analyses haalt.

Partijen juttten elkaar op om mee te gaan in dit foute spel, in de plaats van collectief fatsoen te eisen over hoe zij in beeld worden gebracht en in debat willen gaan met elkaar. Zeg eens neen, beste partijen, aan de onnozele vragen die u krijgt. Ga niet naar het kasteel en trek uw pyjama enkel aan in uw eigen private omgeving. Het verdienmodel van extreme partijen bestaat uit oneliners, gebrek aan nuance en onbeheersbaar gevecht onder politici. Zijn de media in hetzelfde model gestapt?

Als er echt nog 30% van de kiezers zijn die niet weten op wie ze zullen stemmen, hoop ik dat ze ergens een saai programma of artikel vinden, en dan gewoon kiezen voor een oprechte toekomst.

Peter Wouters, Voorzitter beweging.net

