

Essay Er is geen elite meer

# Eenzame grazers

De voorhoede van journalisten, schrijvers en kunstenaars heeft zich aangepast aan de commerciële mediacultuur. Wil een nieuwe culturele elite zich vormen, dan zal dat moeten gebeuren in isolement, ver weg van de media. **DOOR HENRI BEUNDERS BEELD FLORIS TILANUS**

**HET WAS 1978. IN KUNSTENAARSSOCIËTEIT DE KRING** op het Leidseplein heerste grote opwindning over een van de leden, toch al een enfant terrible. Iemand had hem namelijk op televisie gezien. Hij stond naast een oudere authentiek ogende Franse boer, en zei: 'Hier Rijk in Frankrijk. We weten allemaal dat Paturain dat heerlijke Franse roomkaasje is dat niet kruimelt en zo makkelijk uitsmeert. Maar hoe we Paturain uitspreken, dat weten we niet. Dat weet dat jochie hier.' *De boer*: 'Paturain, das pas fain.' *Rijk*: 'U hoort het. Paturijn, das pas fijn!' Rijk geeft de oude boer een schouderklopje: 'Goed gedaan jochie.' De uitdrukking 'goed gedaan jochie' behoort tot de canon van leukigheden waarmee we tevens laten weten dat we ook deze canon kennen.

De opwindning onder de kunstenaars betrof het principe: een kunstenaar dóet geen commerciële activiteiten. Dat is collaboratie met die vulgaire wereld buiten De Kring, bijna net zo erg als de collaboratie van zovele kunstbroeders die in de oorlog tot de Kultuurkamer waren toegelaten. Het verschil tussen goed en fout was in de jaren zeventig nog zo helder als tussen zwart en wit. Rijk de Gooijer was alsnog fout. Als artiest hield je je verre van reclame. Zo simpel lag dat. Niet voor De Gooijer zelf. Die ging gewoon door met zijn fors betaalde schnabbels. En toonde zijn afkeer van al die hooghartige kringetjes door veel later nog eens een Gouden Kalf door het raam van zijn auto naar buiten te mieteren.

Ruim dertig jaar later zijn er maar weinig acteurs of schrijvers die niet in reclames optreden als het hun gevraagd wordt. En niet eens alleen voor het geld, maar ook omdat een reclameroel bijna gelijk staat aan de hoofdrol in een film of in de Stadsschouwburg. De werelden van kunst en cultuur en reclame lopen nu geheel door elkaar. Er is geen afstand meer tussen deze werelden. De afstand tussen de diverse media was in die jaren zeventig en tachtig ook bijna onoverbrugbaar. De kwaliteitskranten en weekbladen als *Vrij Nederland* en *De Groene Amsterdammer* beschouwden zichzelf als de enige echte onafhankelijke, kritische media. Radio en tv werden als plat vermaak voor de massa gezien, waar een schrijvend journalist zich niet vertoonde. Ik kan me nog het verontwaardigde geroezemoes herinneren op de redactie van *NRC Handelsblad* eind jaren tachtig. Dat sommige freelance correspondenten in den vreemde er ook radio bij deden, alla. Maar nu had men de eigen vaste correspondent in Londen, Marc Chavannes, gehoord op het *Radio 1 Journaal* van, nota bene, de Avro! Dat was *not done*. Niet alleen omdat dit parels voor de zwijnen was, maar ook omdat hiermee eigenlijk de 'standing' van de kwaliteitskrant omlaag werd gehaald. Maar er was geen houden meer aan. Sindsdien verdween de afstand tussen krant en radio.

De afstand tussen krant en televisie was vanaf het begin van het tv-tijdperk groot. De pers waande zich de koningin der aarde en beschouwde de tv als dom tijdverdrijf voor de massa. Toen Joop Lückner, hoofdredacteur van *de Volkskrant*, in 1962 vernam dat zijn Limburgse correspondent Richard Schoonhoven naar *Brandpunt* ging, reageerde hij: 'Schoonhoven gaat de journalistiek uit en het variétévak in.'

Het bekende schandaal een paar jaar later rond het satirische programma *Zo is het toevallig ook nog 's een keer* veranderde deze superi-

eure houding in een van verbittering onder 'de intellectuelen' – Gerard Reve, Jan Blokker en anderen – tegenover het medium televisie. Zij hadden, na veel gediscussieer, eindelijk besloten dat ze de tv niet meer links konden laten liggen. Harry Mulisch schreef er dit over: 'Het programma *Zo is het...* behoort met de Deltawerken, het Concertgebouworkest en Amsterdam tot de weinige dingen waardoor Nederland bestaanbaar is voor het aangezicht van de wereld.' Maar het item *Beeldreligie* leidde tot zo'n schandaal dat er snel een einde werd gemaakt aan deze betrokkenheid van de nieuwe culturele tegenelite met het medium van 'het klootjesvolk'. Mulisch liet zich in zijn *Bericht aan de rattenkoning*, over de rellen van 1965/66, uitermate negatief uit over die 'TEEVEE' die, onder leiding van het 'christelijk gangsterdom', alleen maar tot 'hysterisatie' leidde, zoals *Open het Dorp* in 1962 had aangetoond.

Vanaf eind jaren zestig zochten niettemin veel jonge tv-makers hun heil bij de vpro, de Vara en andere omroepen. En weer een paar decennia later konden we Mulisch voor de camera overal en altijd kritisch commentaar op horen geven, behalve op die TEEVEE zelf.

In onze tijd kun je elke schrijver of kunstenaar bij *De wereld draait door* of *Pauw & Witteman* zijn of haar boek of film of musical zien aanprijzen. Ook critici van de populaire cultuur als Bas Heijne stappen zelf voor dag en dauw hun bed uit om in de *Ontbijtshow* hun nieuwste bundel columns aan te prijzen. Tussen de elites, die nu door Geert Wilders cum suis als 'grachtengordel' worden weggezet, en de huidige mediamaatschappij is geen enkele afstand meer.

Als het gaat om het verlies aan zelfrespect en het opgeven van de afkeer van de modernere media beschouw ikzelf de late jaren negentig als cruciaal. Ik herinner me nog goed een verjaarspartij van begin 1999 waar diverse journalisten van kranten en weekbladen aanwezig waren. Waarover ging hét gesprek die avond? Niet over de gratis kranten die een jaar eerder op de stations waren verschenen. *Metro? Spits?* Haha, domme blaadjes. Ook niet over hun eigen prachtige journalistieke prestaties in hun eigen kwaliteitskrant. Nee, hét gesprek ging over de nieuwe presentator van *Nova* en de ruzie erover, en vooral over *Barend & Van Dorp* en wat Jan Mulder nu weer had geroepen. Dagbladjournalisten keken voortaan 's avonds dus vooral televisie, in het heimelijke verlangen zelf ook eens aan een van die cafétafels plaats te mogen nemen. Natuurlijk was het vpro-deel van de tv al lang geaccepteerd en werden Van Dis met zijn boeken en na hem Zeeman met zijn boeken zeer geprezen. En *Koot & Bie* was vanaf 1970 natuurlijk verplichte kost, naast de krant, *VN* en *De Groene*.



**IN DE UITGEVERIJWERELD IS DE COMMERCIALISERING** misschien wel ingetreden toen begin jaren negentig Connie Palmen op het toneel verscheen. Zij was de zelfpromotie in persoon. De *cut-outs* van haar bij de ingang van de boekwinkels, de torens met boeken binnen – waarvan later bleek dat die prominente plek in de boekhandel gewoon was gekocht door de uitgever – het was allemaal het begin van de commercialisering en mediatisering van het schrijverschap. Een uitgever die zijn of haar auteur niet in *Barend & Van Dorp*, daarna *DWDD* of *P&W* kreeg, kon een grote oplage wel vergeten. De verkoop hangt inmiddels in hoge mate af van de mediapresentatie van de auteurs, al zijn er gelukkig mooie uitzonderingen, zoals de *'sleepers'* die het niet van de media moeten hebben maar van mond-tot-mond-reclame, die even gratis blijft als onbetaalbaar is.

Intussen hebben alle media die zichzelf voorheen als een eigen wereldje beschouwden – kranten, weekbladen, boeken, podiumkunsten – zich nu aangepast aan de commerciële mediacultuur waarin succes en populariteit de belangrijkste graadmeters van kwaliteit zijn geworden. Weekbladen als *VN* en *De Groene* hebben hun eigenwijze formaat en opmaak

Voor de kwaliteitskrant is het woord 'populair' blijkbaar voldoende bewijs voor iemands kwaliteit

verruild voor een meer glossy uiterlijk. Kranten zijn, nadat ze uit waren gelachen over *Metro* en *Spits*, overgegaan op tabloid. Zelfs *NRC Handelsblad* moet er volgende maand aan geloven. Onder een stuk in de krant van Geert Mak staat dan bijvoorbeeld: ‘Nederlands populairste historicus’. Afgezien van het feit dat hij geen gediplomeerd historicus is, is voor de kwaliteitskrant het woord ‘populair’ blijkbaar voldoende bewijs voor iemands kwaliteit. Ook de criteria voor wat goed is en wat niet zijn beland in de populariteitsmeter van de tv-show.

Verwarrend is het intussen wel geworden. De sociale druk is gebleven om het ene fantastisch te vinden en het andere bagger. Neem Saskia Noort. Ik heb daar laatst een boekje van gelezen, *Bouwval*, een eenvoudige Nicci French, spannend, volstrekt voorspelbaar, leest lekker weg en als je het uit hebt ben je het al weer vergeten. Met die Noort kun je niet op een partijtje aankomen. Afgelopen week zag ik de film *Terug naar de kust*, met Linda de Mol, die onherkenbaar was maar knap speelde in deze Noort-thriller. Toen ik Pierre Bokma zag als de andere hoofdrolspeler dacht ik: wel raar toch, die Bokma is een gelauwerd toneelacteur. Maar als-ie in deze Noort-thriller speelt, met de populaire Linda, dan moeten we daar ineens over zwijgen? Waarom eigenlijk?

De portee mag duidelijk zijn: de zelfbenoemde culturele elites hebben zich in de praktijk al lang aangepast aan de commerciële mediacultuur, inclusief de reclamecultuur. Sinds Rijk-Paturijn maakt het niet meer uit of je links bent of rechts, in de reclame kan iedereen zijn roem en geld halen: van Moszkowicz tot Grunberg en bijna alle cabaretiers die ertussen zitten. Gevraagd worden voor een reclame is nu net zo’n eer als het ontvangen van de Ako Literatuurprijs of een Gouden Kalf.

Er is geen elite meer, in geen enkele van de betekenissen die dit woord had. Er is alleen nog een media-elite, waarvan slechts sommige leden pretenderen dat zij politiek, kunstzinnig of moreel betere mensen zijn. Door die commercialisering en die onontbeerlijke mediapresentie laadt ‘de betere mens’ echter al gauw de verdenking op zich hypocriet te zijn. Ze zijn immers net zo afhankelijk geworden van de mediapresentie als willekeurig welke kandidaat voor welk *Idols*-programma ook.

Hoe die mediapresentie er tegenwoordig uit moet zien is ook duidelijk. Al zijn er nog diverse ‘formats’ die elk een andere presentie verlangen, *De wereld draait door* kan toch wel symbool staan voor die 21ste-eeuwse manier van jezelf presenteren. Iemand als de schrijver Joost Zwagerman is daar heel goed in geworden. Hij kwam onlangs langs om in tien minuten zijn nieuwste bundel *Alles is gekleurd* aan de man te brengen. Een stortvloed van woorden, een tomeloos enthousiasme, een kwinkslag terug naar Van Nieuwkerk. Ongeremd en toch ad rem. Het lijkt wel of dit soort schrijvers stiekem bij Bart Chabot een mediatraining heeft ondergaan.

**ER ZIJN ALLERLEI OORZAKEN AAN TE WIJZEN** waarom er geen vaste elite meer is. Volgens een standaarddefinitie is een elite in de oorspronkelijke betekenis ‘een uitgelezen minderheid met bijzondere sociale, geestelijke en zedelijke kwaliteiten, die als geprivilieeerde, leidinggevende groep optrad in een hiërarchisch opgebouwde maatschappij. Als collectiviteit ging van haar in alle opzichten leiding uit: zij gaf de toon aan wat de smaak betrof alsook verschafte zij leiding aan de diverse sectoren van het maatschappelijk leven, onder andere politiek, economie, godsdienst, leger.’

Deze situatie geldt al lang niet meer. Hoe meer democratie, hoe meer meritocratie, hoe meer elites zich op allerlei terreinen kunnen ontwikkelen, zodat de invloed van elke deelelite minder groot wordt. Die deelelites kunnen, door een beetje te netwerken en allerlei bestuursbaantjes te veroveren, wel proberen om hun positie te handhaven of te versterken. Maar tenzij je echt iets nieuws uitvindt, of echt slim kunt handelen, ben je in de huidige mediamaatschappij toch vooral aangewezen op je eigen kwaliteiten. Dat je tegenwoordig ook een goede *media performer* moet zijn, ook al ben je biochemicus, staat echter buiten kijf.

Van alle elitetheorieën die er sinds Machiavelli en Saint-Simon zijn geweest zijn er hier twee interessant. De eerste is de marxistische. Die richtte zich op de identificatie met de massa, dat wil zeggen het proletariaat. De synthese van elite en massa vormde de centraal geleide, straf en

autocratisch georganiseerde communistische partij. In theorie was hier, door het samenvallen van de politieke voorhoede en de grootst mogelijke massa, geen verdere circulatie van elites meer mogelijk.

Een stelletje radikalinski’s heeft in de jaren zestig en zeventig die theorie wel aangehangen, en de sp draagt er nog wat sporen van, maar het gros van de opkomende elites in die tijd, die met de Aktie Tomaat en de Maagdenhuisbezetting het ‘elitaire’ establishment aanviel, zag een andere weg om zelf elite te worden: de lange mars door de instituties. Dat was conform het denken van de Italiaanse marxist Antonio Gramsci (1891-1937) die veel over de rol van de intellectuelen schreef. Volgens hem kon de kapitalistische staat zich handhaven dankzij de hegemonie over de cultuur. Hij maakte een onderscheid tussen de ‘politieke maatschappij’ (politie, leger, rechtspraak et cetera) die op directe wijze domineerde, en de ‘*civil society*’ (gezin, onderwijs, vakbonden, cultuur et cetera) waar het leiderschap werd gevormd door ideologie of door middel van consensus. Het was de taak van de intellectuelen om de hegemonie over die civil society te veroveren. Dan kwam de revolutie vanzelf.

Gramsci heeft de veranderingen in het naoorlogse West-Europa niet meegemaakt. Die komen in de kern neer op Amerikanisering en, wat de Oostenrijkse econoom Joseph Schumpeter als kern van het kapitalisme omschreef, ‘creatieve vernietiging’. De zwakte van de ‘*counter culture*’ die vanaf de jaren zeventig zelf in het zadel kwam, was dat ze meende zelf altijd anti-elite te blijven, jeugdig en nooit volwassen bovendien. Zonder de wilskracht om elite te zijn, word je al snel weggevaagd door anderen die die wilskracht wél hebben. De families De Mol en Van den Ende heb-

### Dat je tegenwoordig ook een goede media performer moet zijn, ook al ben je biochemicus, staat buiten kijf

*De wereld draait door* kan toch wel symbool staan voor die 21ste-eeuwse manier van jezelf presenteren. Iemand als de schrijver Joost Zwagerman is daar heel goed in geworden. Hij kwam onlangs langs om in tien minuten zijn nieuwste bundel *Alles is gekleurd* aan de man te brengen. Een stortvloed van woorden, een tomeloos enthousiasme, een kwinkslag terug naar Van Nieuwkerk. Ongeremd en toch ad rem. Het lijkt wel of dit soort schrijvers stiekem bij Bart Chabot een mediatraining heeft ondergaan.

ben nooit last gehad van een coherente visie op maatschappij en cultuur. Zij kenden maar één doel: succes. En de ‘grachtengordelmening’ over hen is ook nogal bijgesteld, volgens het adagium: *if you can’t beat them, join them*.

Van alle elites heeft het elitekorps in de strijdkrachten de minste aantrekkingskracht gehad in Nederland: de beste militairen die, beter geoefend en beter betaald, het gevaarlijkste werk opknappen, vooraan of achter de linies in vijandelijk gebied. Politieke dissidenten die later president worden of ondernemingsgezinde rebellen die erin slagen ‘de wetten van de werkelijkheid’ te tarten en te doen waarin geen enkel handboek bedrijfskunde voorzag, die kun je met deze militaire elites vergelijken.

In Nederland heeft de verovering van belangrijke posities door de anti-elitaire rebellen vanaf de jaren zestig eigenlijk nauwelijks moeite gekost, mede door de traditie van toegeeflijkheid – dan wel ‘repressieve tolerantie’ – van de bestaande elites. De ingebouwde zwakte van de nieuwe elites was hun anti-elitaire opvatting, met die vage voorliefde voor sociaal engagement met ‘het volk’. Het wachtwoord uit die tijd was ‘democratisering’, en dat betekende dat iedere burger op ieder terrein evenveel recht van spreken en beslissen diende te hebben als iedere andere burger.

In zijn boek *De beklemd elite* uit 1972 hekelde kunstcriticus K.L. Poll de tegenstrijdigheden van dit democratiseringsstreven. Die democratisering zou immers de ‘vergroting van de macht van alle *Veronica*-luisteraars’ betekenen, van *Een-van-de-acht*-kijkers, *Libelle*-lezers, voetballiefhebbers en autobezitters’. Met elkaar vormen zij de zwijgende meerderheid, en daar schreven anti-elitebladen als *de Volkskrant* en *Vrij Nederland* meestal nogal schamper over. ‘Zij hebben een devote eerbied voor “het volk” als abstractie, maar zodra dat volk een concrete gedaante aanneemt – als *Telegraaf*-volk, als Gijsens kerkvolk, als Luns-volk, als Tros-volk – krijgt het er, met recht vaak, van langs.’



Het probleem was, en is, natuurlijk dat het cultuurrelativisme en dat ‘iedereen heeft evenveel recht van spreken’ in zijn eigen staart bijt en haaks staat op het beschavingsoffensief dat tussen 1870 en 1960 ‘de gewone man’ een beetje meer beschaving wilde bijbrengen.

Poll merkte nog iets op. Journalisten, studenten en kunstenaars hadden gemakkelijk praten: ‘Hun vrijheid is groot. Zij hebben weinig of geen last van een drukkende hiërarchie. Zij behoren in zoverre tot de meest bevoorrechte klassen van de maatschappij. Waarom zouden uitgerekend zij de democratisering prediken? Uit elitair schuldbesef?’

**DAT DE CULTURELE ELITES WEINIG TOT GEEN WEERWOORD** meer hebben tegen hun aanklagers heeft met nog twee structurele ontwikkelingen te maken. De eerste is de economie, de andere de kunstgeschiedenis. Het onderscheid tussen *high art* en *low culture* is al sinds lang als fictie ontmaskerd. Literatuurwetenschappers als Richard Keller Simon hebben de overeenkomsten tussen de populaire cultuur en de canon van ‘grote werken’ aangetoond. In zijn boek *Trash Culture* (1999) laat hij zien dat *Rambo* een eigentijdse variant is op Homerus’ *Ilias*, en Stallone dus Achilles is, maar dan niet afkomstig uit de elite maar uit een achtergesteld milieu. Hetzelfde geldt voor *Apocalypse Now*, variant op *Heart of Darkness*, en *Dumb and Dumber*, variant op *Don Quichot*.

Sterker, veel van de modernistische en avant-gardekunst van de twintigste eeuw heeft zijn kracht ontleend aan de populaire cultuur en aan de nieuwe media van toen, zoals de fotografie en de krant, zoals het dadaïstische knip- en plakwerk. Dat *Durcheinander* van allerlei media, middelen en technieken en alledaagse onderwerpen zou immers veel beter de bestaande werkelijkheid weergeven en daar ook nog een politieke lading en richting aan kunnen geven. *Zo* gezien is het heftige verlangen naar de terugkeer van een canon in literatuur, geschiedenis en kunst niet meer dan een bourdieuse manier om eigen posities veilig te stellen.

Het kapitalisme heeft misschien nog wel een funestere uitwerking gehad op alles wat zich elite noemde en daarbij steunde op een samenhangend geheel van overtuigingen, kennis en oordelen. Sociologen als Zygmunt Bauman beweerden dat het hele postmodernisme in feite het gevolg

was van de noodzakelijke diversificatie van het te gestandaardiseerd geworden kapitalisme. Na de oliecrisis van 1973 had men meer variatie in de productie nodig om de verkoop weer op te vijzelen. Nou, dat is gelukt. Elk product is nu in honderd kleuren en tweehonderd typen te koop. Het *‘anything goes’* zou dus een materialistische onderbouw hebben.

De socioloog Richard Sennett schetste in zijn boek *De flexibele mens* (1998) de gevolgen van de flexibilisering van de arbeidsmarkt in het turbo-kapitalisme. Al die fusies en overnames, al die tijdelijke werkrachten, al die interim-managers, dat alles leidt tot gebrek aan vertrouwen, gebrek aan langetermijndenken. En, zoals de Engelse titel veel treffender aangeeft, tot *The Corrosion of Character*, de aantasting van het karakter. Hij spreekt bewust niet van het nu zo modieuze woord ‘persoonlijkheid’ – dat betreft verlangens en gevoelens die inwendig kunnen knagen zonder dat iemand anders het merkt.

Volgens Sennett richt karakter zich vooral op het resultaat van onze emotionele ervaringen op lange termijn. Karakter komt tot uiting door trouw en wederzijdse betrokkenheid, of door het nastreven van doeleinden op de lange termijn, of door uitgestelde bevrediging ter wille van een toekomstig einddoel. ‘Uit de verwarrende veelheid van gevoelens die wij op een bepaald moment hebben, proberen wij er enkele te distilleren en vast te houden, en die blijvende gevoelens komen ten goede aan ons karakter.’

De vraag die hij stelde is dus wat van blijvende waarde is in onszelf in een economie waarin het alleen om de korte termijn gaat, in een samenleving die ongeduldig is, die zich alleen op het moment richt. ‘Hoe kan men wederzijdse trouw en betrokkenheid bewaren in instellingen die voortdurend uiteenvallen of opnieuw in elkaar worden gezet?’

Deze vragen zijn volgens Sennett ingegeven door het nieuwe, flexibele kapitalisme. Deze flexibilisering heeft de wereld van kunst, cultuur en media in Nederland sinds de jaren negentig ook bereikt. Tot dan hadden de meeste journalisten een *life long job guarantee*. Dat is voorbij, niemand is zijn baan nog zeker. En freelancers kunnen voor een appel en een ei een stukje schrijven of op een contract van zes weken bij een of ander tv-programma wat assistentie verrichten.

**TOT SLOT SMIJT DE DIGITALISERING** van de communicatiemiddelen alle bestaande hiërarchieën, structuren en conventies met kracht omver. Elite was afstand, of deze nu verticaal was of, in mijn geliefde militaire betekenis, horizontaal, namelijk ver voor de veilige troepen uit. Elke afstand is nu weggevallen. Alles is te ver weg, alles is te dichtbij. Niemand weet meer de juiste afstand. En zonder de juiste afstand te bewaren kan geen enkele elite iets op waarde schatten. Iedereen zit nu gevangen in het Web 2.0. Alle journalisten moeten afstand bewaren en tegelijk permanent twitteren en online vragen van lezers, luisteraars en kijkers beantwoorden. Kunstenaars en cultuurcritici mogen nog zo lang over hun kunstwerk doen, als ze het vervolgens niet op z’n Zwagermans in zes à tien minuten voor de camera kunnen uitspuwen om er daarna verder over te twitteren, kunnen ze het schudden.

De blijvende woede van zovele pvv’ers (en andere ‘achtergestelden’ die ontdekken dat de enige mensen die hun blog lezen zichzelf zijn) tegen die ‘culturele elite’ en hun ‘linkse hobby’s’ komt natuurlijk voort uit ressentiment – zij zijn vrij en krijgen de media-aandacht en wij niet –, maar ook uit de terecht afkeer van de hypocrisie. Als hypocriet wordt gezien dat zij die door hun rappe tong welkom zijn geheten in het mediacircus er alleen maar zitten vanwege hun rappe tong, en niet om hun kennis of karakter.

De conclusie: wil een nieuwe culturele elite zich vormen, dan zal dat moeten gebeuren in isolement, ver weg van de media, waar de meesten, om met Nietzsche te spreken, als domme maar gelukzalige koeien staan te grazen, ‘aangelijnd aan de pin van het moment’. Eenzaamheid, ambitie, oefening en volharding – dat weet elke topsporter, uitvinder en kunstenaar – waren en zijn de vereiste toegangskaartjes voor de elite van de toekomst. ◆

*Henri Beunders is hoogleraar geschiedenis en media en cultuur aan de Erasmus Universiteit*