

‘Nee, dit is geen vraaggesprek. Dit is een vertelgesprek van mijn kant.’

Publieke intellectuelen in de Nederlandse media: een onderzoek naar de staat van een even onmogelijk als noodzakelijk fenomeen



Daniël van Kuppevelt, 486323

Begeleider: dr. C. Aalberts

Master Media Studies, Media en Journalistiek, Erasmus School of History, Culture and
Communication, Erasmus University of Rotterdam

Masterscriptie

Februari 2019

10 percent of any population is cruel, no matter what, and 10 percent is merciful, no matter what, and the remaining 80 percent can be moved in either direction.

Susan Sontag

Inhoudsopgave

1 Inleiding	4
Neergang?	6
Objecten van onderzoek: de media en de intellectueel	7
Wetenschappelijke en maatschappelijke relevantie	9
2 Theoretisch kader.....	12
2.1 De publieke intellectueel.....	12
Geschiedenis: een moderne diersoort?	12
Etymologie	16
2.2 Kenmerken	18
2.3 Neergang. Een eeuwig vallen?	22
Tegenverhaal	24
2.4 <i>The neoliberal tide</i> : medialogica en marktwerking.....	26
Onderhandelingsjournalistiek.....	31
Infotainment: ‘het goddeloze opium van het volk’	32
3 Methode en uitvoering onderzoek	38
3.1 Methodologische verantwoording: interviews	38
3.2 Interview: mediawetten	39
3.3 Interview: publieke intellectueel	42
3.4 Data-analyse interviews.....	45
4 Resultaten.....	48
4.1 De intellectuele nekslag van een winstbeleid	48
4.2 Het zoeken naar harmonie door de nadruk op <i>leuke</i> trivia	51
4.3 Snel, kort en simpel	62
4.4 Antagonisme, querulantisme en plaatsbaarheid	67
5 Conclusie	74
5.1 Inleiding.....	74
5.2 Beantwoording onderzoeksvragen	74
5.3 Reflectie en toevoegingen op literatuur.....	76
5.4 Beperkingen en vervolgonderzoek	78
Literatuurlijst	81

1 Inleiding

De journalistiek formuleert wat de massa denkt, de schrijver bestrijdt wat de massa denkt en brengt aan het licht wat de massa niet durft te denken. – Willem Frederik Hermans

‘Het is een van de inherente eigenschappen van het kapitalistische productiesysteem dat er aan de lopende band productiebanen verdwijnen en dat er aan de lopende band productiebanen bijkomen’, repliceerde historicus Maarten van Rossem in het programma *Jinek* toen de gelijknamige presentatrice bij monde van critici stelde dat het plan van CO2-heffing tot banenverlies voor *Data Steel* zou kunnen leiden (21 januari 2019). Van Rossem was voor deze uitzending met een totaal andere reden uitgenodigd dan zijn visie op het kapitalisme ten beste te geven. Toch kunnen we deze terloopse opmerking aanduiden als een archetypische manifestatie van een intellectueel: het is spitsvondig, inzichtelijk, geeft stof tot nadenken en het slaat een grote boog. Momentjes van dergelijke aard worden hem klaarblijkelijk niet (meer) aan de lopende band vergund, want in hetzelfde programma, zo’n anderhalf jaar eerder, verklaarde Van Rossem zijn afwezigheid in inhoudelijke programma’s vanuit het feit dat ‘de redacteuren [van *Nieuwsuur*, Joost Oranje, DvK] kennelijk vinden dat je toch niet in zo’n lichtzinnig programma kunt gaan zitten als *De Slimste Mens*’ (24 juli 2017).

Men vraagt zich gevoeglijk af of er met deze ‘verbanning’ uit het inhoudelijke segment niet iets verloren gaat. Want het feit dat Van Rossem uit de losse pols een intellectuele opmerking schudde terwijl hij enkel was uitgenodigd om een nieuw seizoen van een programma van lichtzinnige snit te bespreken (*Hier zijn de Van Rossems*), geeft aan dat de aard van het beestje moeilijk te veranderen valt. Uiteraard kan men dit afdoen als een particulier geval van iemand die zijn beste tijd heeft gehad, of die door eigen toedoen zijn intellectuele standplaats heeft ingeruild voor lichtzinnigere televisie, en beweren dat er natuurlijkerwijs wel weer plaatsvervangers zullen opstaan, maar het louter bij deze conclusie laten, zou in tegenspraak zijn met de bestaande literatuur. De vraag is immers of intellectuelen die zich wel uitsluitend richten op de inhoudelijke sector, wel veelgevraagde gasten zijn. En als *what-if* vraag: als Van Rossem programma’s als *De Slimste Mens* van de hand had gewezen, was hij dan wel een veelgevraagde gast in mainstream talkshows die over de Europese Unie, Amerikaanse politiek, neoliberalisme, populisme en dergelijke thema’s met regelmaat kwam uitweiden? Kortom: is deze marginalisering een individueel geval of maakt deze deel uit van een bredere tendens?

Voor we aan de hand van de bestaande literatuur de neergangskwestie bespreken, moeten we kort de definitiekwestie oppakken: welke personen dienen we aan te merken als intellectuelen? Want als de intellectueel op zijn retour is, kun je je automatisch afvragen wát er dan verloren is gegaan. De aard van de (publieke) intellectueel kenmerkt zich namelijk door iets wat de vermaarde socioloog Karl Mannheim als *freischwebende Intelligenz* heeft aangeduid: iemand wiens opvattingen niet al te zeer aan politieke, sociale of culturele instituties gebonden zijn, maar de institutionele kaders daarentegen weet te overstijgen en met zijn geruime kennis van zaken een autonome component toevoegt aan geijkte standpunten wanneer hij verschijnt in een krant, tijdschrift, conferentiezaal of op radio/televisie. Dat dit begrip altijd problemen met zich mee heeft gebracht, en in zekere zin een utopisch idee is en wellicht zelfs a priori daartoe is voorbestemd, onderkende Mannheim zelf ook al. Want in absolute zin is autonomie even utopisch als volledige afhankelijkheid dystopisch is. In die inherente strijd tussen de onafhankelijke geest vis-a-vis geïnstitutionaliseerde banden, moest volgens Mannheim het volgende betocht worden:

‘...einen Ausweg aus dem Dilemma, dass menschlicher Geist sich in Betrachtung, Argumentation und Erkenntnis innerhalb sozialer Bindungen und Voreingenommenheiten bewegt, andererseits aber unverfälschte Wahrheiten finden will und, wie er meint, auch kann..’
(1929).

Dit paradoxale gegeven komt ook tot uitdrukking in de bondige definitie die de Brits-Duitse socioloog Ralf Dahrendorf: de intellectueel als ‘engagierte Beobachter’ (2005). Want het is vaak opgemerkt dat de beschouwende rol van de intellectueel de voedingsbodem van zijn werk en zelfs zijn exclusieve functie is. Dat houdt kortweg in dat een intellectueel zich altijd aan de zijlijn moet begeven, en zich niet al te zeer moet inlaten met collectieve invloeden. Hij is dus per definitie een individualist, maar tegelijkertijd trekt hij zich niet als een kluizenaar terug uit de maatschappij. Vandaar het predicaat ‘publiek’, en Dahrendorfs karakterisering van geëngageerdheid. Ook in een Nederlandse publicatie over de rol van intellectuelen (Nauta, 1992) valt deze combinatie af te lezen en is niet zonder reden voor de ondertitel *Een discussie over distantie en betrokkenheid* gekozen. Tot op welke hoogte deze twee ogenschijnlijk onverenigbare attitudes met elkaar te combineren zijn, is een vraagstuk van immense complexiteit. In elk geval is het duidelijk dat autonomie van denken en standpuntinname het wezenskenmerk van de intellectueel is (Jacoby 1987; Posner 2002, Pels 2000).

Dit geldt evenzeer voor iemand als Van Rossem. Zijn opvattingen zijn weliswaar in maatschappelijk en historisch kader gevormd, hetgeen niet wegneemt dat hij in de media op persoonlijke titel spreekt. Zijn hele loopbaan was hij als historicus verbonden aan de Universiteit Utrecht en zijn lijstduwerschap voor de PvdA tijdens de gemeenteraadsverkiezingen van 2010 verhult zijn sociaaldemocratische voorkeuren uiteraard niet. Bovendien illustreert deze incidentele deelname aan het politieke proces zijn engagement. Toch kan men zijn opvattingen als relatief autonoom aanmerken, en de eigenheid van zijn standpunten heeft hem zelfs een eerdere, tijdelijke verbanning van tv en krant bezorgd toen hij al te zeer tegen de communis opinio indruiste door de impact van 9/11 te relativeren.

Neergang?

Terug naar de neergangsdiscussie; Jacoby en Posner (met respectievelijk hun boeken *The Last Intellectual* en *Public Intellectuals: A study of decline*) laten er geen twijfel over bestaan: het fenomeen is op zijn retour, wellicht zelfs op sterven na dood, in welke richting Jacoby met het adjectief *last* nog meer dan Posner neigt. De accenten van hun verklaringen voor deze neergang lopen uiteen, maar beiden leggen het meeste gewicht bij de schadelijke rol die de universiteiten hebben gespeeld door de herstructurering van het academiewezen enige decennia geleden. Zij menen dat door het huidige functioneren van de universiteiten de onafhankelijke positie van de intellectueel in gevaar komt. Ook kortere stukken, essayachtige artikelen van andere auteurs maken gewag van het uit zicht raken van de typische intellectueel (Tonkens, 2009; Furedi 2004). De teneur van dergelijke artikelen is: ‘Waar blijven ze toch, de nieuwe publieke intellectuelen?’

Het neergangsverhaal van de publiek intellectueel wordt echter niet door iedereen gedeeld. Stefan Collini betreurt bijvoorbeeld (2002) dat de roeping van de intellectueel vanwege de nostalgische noties die neergangsapostelen ervan hebben altijd tot mythische proporties wordt opgeblazen, als ware hij een moderne Don Quichot. Daarentegen pleit hij ervoor het aura van de intellectueel tot menselijke proporties te relativeren en ook het vraagstuk van een eventuele neergang in dit licht te bezien. Ook Frits Bolkestein is in zijn *De Intellectuele Verleiding* (2011) stellig in zijn afwijzing van het nut van intellectuelen. Hartmans (2000) behoort dan weer tot een andere groep ‘relativisten’, namelijk die de functie van intellectuelen wel degelijk op waarde schatten, maar niet geloven aan een verdwijning, ook niet als zij niet meer door de universiteit worden geproduceerd of door de massamedia

opzij worden geschoven, want ‘dwarse types, die met ongemakkelijke vragen komen, en dat per definitie op het verkeerde moment doen, zullen [er] altijd blijven’

De discussie omtrent een vermeende neergang vormt het uitgangspunt van deze scriptie. Het doel ervan is dan ook deze neergangstheorie te toetsen aan de empirische werkelijkheid. Daarbij zullen verschillende mogelijke verklaringsmodellen in overweging worden genomen, maar het zwaartepunt zal komen te liggen bij een factor die, ten onrechte meent de auteur, tot op heden tamelijk onderbelicht is gebleven: de media.

Objecten van onderzoek: de media en de intellectueel

Omdat mijn scriptie handelt over de *publieke* intellectueel, neem ik in deze scriptie de media als uitgangspunt. In vroegere tijden was bijvoorbeeld de agora de standplaats van een intellectueel zoals Socrates, die niet voor niets vaak is aangehaald als het tragische voorbeeld van een eenling die slachtoffer werd van de bekrompenheid van zijn tijd. Sedert de moderne tijd is het publieke domein echter dermate gemediatiseerd dat de media bij uitstek het podium leveren waarop intellectuelen hun standpunten publiek kunnen maken.

Dit brengt me bij het eerste gedeelte van de scriptie: de werking van de media. De publiek intellectueel wordt ook hier in zijn vrijzwevendheid belemmerd in die zin dat hij binnen het institutionele raamwerk van de media moet opereren waarover hij geen zeggenschap heeft. In simpelere bewoordingen, een intellectueel zet zich niet zelf aan tafel van een talkshow. Dat roept de vraag op welke invloed de medialogica heeft op de positie van de publiek intellectueel. Het bredere vraagstuk van het al dan niet uitsterven van de publiek intellectueel wordt hier dus onderzocht aan de hand van zijn positie in de media. Het brengt mij bij de volgende onderzoeksvraag:

Welke invloed heeft de huidige medialogica op de positie van de publieke intellectueel in het televisielandschap?

De kernvraag is dus of een symbiose tussen twee verschillende configuraties met verschillende waarden, normen en modi operandi mogelijk is vandaag de dag. Omdat de zaak vanuit twee perspectieven wordt bekeken, zal ik ook de onderzoeksobjecten hierop indelen. In overeenstemming met de inhoudelijke tweedeling van de onderzoeksvraag zal de medialogica tegenover de positie en de taak van de publieke intellectueel worden besproken. Dit houdt in dat ik in het theoretisch kader op basis van bronnen uit de media- en communicatiewetenschap het medialandschap en zijn voornaamste uitgangspunten probeer te schetsen. Omdat ook de media geen geïsoleerd domein zijn, maar door geldstromen,

wetgeving, sociale verbanden en de ‘tijdsgeest’ ingebed zijn in maatschappelijke structuren, zal ik in dit deelhoofdstuk sporadisch een uitstap maken naar bredere literatuur.

De huidige mediaconstellatie zal in het empirische gedeelte in eerste instantie worden onderzocht aan de hand van interviews met redactieleden van talkshows en debatprogramma’s. Dit is vanzelfsprekend geen toevallige keuze, omdat het podium van de publieke intellectueel een constellatie is waarin de conversatie, de discussie, het debat, de duiding, de becommentariëring of de verbale polemieken centraal staat. Daarnaast speelt een belangrijke rol in de keuze voor empirische fundering van de medialogica dat er slechts zeer fragmentarisch is geschreven specifiek over de praatprogramma’s die we in Nederland hebben of gehad hebben. Met andere woorden, lukrake termen als commercialisering boven ieder programma in Nederland hangen zou onzorgvuldig zijn en misschien wel funest, daar het geen rekenschap geeft van de verschillen tussen programma’s, noch dieper inzicht verschaft in hoe media werken. De deelvraag naar de medialogica luidt:

Welke overwegingen maken redacteurs van praatprogramma’s in hun programmatische keuzes en hoe verhouden die zich tot de aantrekkelijkheid van de publieke intellectueel als gast?

Om in wetenschappelijk opzicht hoor en wederhoor toe te passen, zal ik verschillende publieke intellectuelen selecteren om hen vragen te stellen over hun ervaringen met de media en de medialogica in meer algemene zin. Wat betreft dit laatste zal ik de intellectuelen de vrijheid geven om aan de hand van hun ervaringen algemeen te reflecteren op de constellatie waarbinnen zij opereren. Ook aan deze empirische onderzoeking zal een theoretisch kader ten grondslag liggen, waarbij ik voornamelijk op zoek ga naar het wezen van de publiek intellectueel, en dus de functie die hij altijd gehad heeft of in normatief opzicht behoort te hebben. Daarnaast zullen de verscheidene neergangstheorieën, zoals hierboven al aangeroerd, uitvoerig worden beschreven, inclusief de tegengeluiden hierop. Interviewvragen zullen betrekking hebben op de hypothetische aannames uit het theoretisch kader. Via verschillende vragen zal onderzocht worden hoe zij tegen de medialogica aankijken en of zij merken dat hun positie inderdaad benarder is geworden en wat hun overdenkingen hierover zijn. De tweede deelvraag luidt zodoende als volgt:

Welk beeld geeft de publieke intellectueel van de media en hoe ervaart de publieke intellectueel als gevolg hiervan zijn positie in de media?

Wetenschappelijke en maatschappelijke relevantie

In wetenschappelijk opzicht probeert deze studie van toegevoegde waarde te zijn op de volgende literatuur. Betreffende de positie van de publiek intellectueel zijn door academici allerlei uitspraken gedaan, zoals in de reeds aangehaalde studies van Jacoby en Posner, en nog meer bestaan er normatieve opvattingen over de taak van de intellectueel. Waar merkwaardigerwijs nog geen lijvige studie naar is gedaan, is het podium waarop de publieke intellectueel zijn rol speelt. Dat wil zeggen, er is nog nauwelijks, buiten en zeker niet van binnen de media- en communicatiewetenschappen, een direct verband gelegd tussen medialogica en publieke intellectueel. Want kunnen bijvoorbeeld universiteiten en denktanks beschouwd worden als de kweekvijver van intellectuelen; de media vormen, in brede zin, het ventiel waardoor resultaten van intellectuele vorming zichtbaar worden. Indien er nog wel intellectuelen zijn, zijn zij dan geen ‘zwemmers zonder water’, zoals Lolle Nauta (1992) het metaforisch formuleert?

Nauta's eigen bijdrage aan de bundel *De Rol van intellectuelen* stelt vast dat de massamedia een ondermijnende invloed op het debat heeft en noemt de publieke discussie in Nederland ‘meningsvorming [die] is versnipperd over allerlei stellingen in de mediasupermarkt..’. Ook Odile Heynders (2016) stipt zijdelings aan dat er een verband tussen de medialogica en het verval van de publiek intellectueel in de laatste decennia bestaat, maar veel verder dan het tamelijk lukraak noemen van losse termen als digitalisering, *celebritising*, een ‘media-gesatureerde samenleving’ en infotainment gaat zij niet. Wel roept ze op hiervan werk te maken: ‘To really grasp the diversity of the public sphere in regard to public intellectual roles, voices and positions, we have to consider media and celebrity studies with a focus on infotainment and the manufacturing of a persona, as well as on participating publics in the position of consumer.’ Aan zulks waag ik mij dus, want willen we commercialisering van de media, of andere min of meer verwante tendensen zoals de opkomst van infotainment in verband brengen met de eventuele neergang van de publieke intellectueel, dan zal duidelijk moeten worden waar die commercialisering dan precies in tot uitdrukking komt, en welke kenmerken van die medialogica het al dan niet juist lastig maken voor de publieke intellectueel om vrijelijk te opereren, zoals hij dat voorheen wel zou hebben gekund. Daarbij hoort een grondig empirisch onderzoek, waarvan, naar ik hoop, akte in onderhavig schrijven.

Dat er niet louter een wetenschappelijke belang van een wetenschappelijk uitgevoerd stuk kan bestaan, lijkt mij evident. Hoewel in de loop van dit stuk de verschillende vraagstukken die met dit onderwerp verbonden zijn, als vanzelf aan de dag treden, wens ik hier enkele

opmerkingen te maken aangaande de maatschappelijke relevantie van mijn onderzoek. Men kan namelijk vanuit dit oogmerk van inkapseling binnen een breder maatschappelijk kader parallellen trekken met andere maatschappelijke verschijnselen. Dit vanuit de interdisciplinaire gedachte dat allerlei verschijnselen in meer of mindere mate doortrokken zijn van een bepaalde tijdsgeest. Bevindingen uit een deelgebied kunnen een vraagstuk uit een ander deelgebied dan wel niet beantwoorden, maar er wel licht op laten schijnen.

De opmars van het populisme en de verkiezing van Trump suggereren een sterk anti-elitaire attitude, een aanklacht tegen de maakbare elite. Waarom wordt de elite gewantrouwd, waarom worden de ‘Brusselse technocraten’ zo gehoord? Wat bedoelt men als men het heeft over politici die in plaats van idealen na te streven bureaucraten zijn geworden? Dit zijn vraagstukken die impliciet in verband staan met de positie en taak van de intellectueel. De technocratisering van maatschappelijke structuren suggereert in elk geval dat er voor vrije, breed onderlegde intellectuelen weinig plaats meer is. Debet hieraan lijkt deels dat specialisten op almaar uitdijende sub-terreinen en deelgebieden van die sub-terreinen hen vervangen hebben en zetelen in overlegorganen, adviesraden, in denktanks en op de universiteit, waarvandaan zij geconditioneerd hun analyses in de media doen. Althans, dat is de globale lijn die men opmaakt uit verschillende hedendaagse maatschappijkritieken. Een informatiesamenleving heeft een surplus aan feitenkennis, en die vloedstroom kan men beteugelen door een veelheid aan mensen een veelheid aan taken (lees: specialismen) toe te bedelen, maar wie overziet het geheel van die deelgebieden? Wie zorgt dat er vanuit de vele, verschillende specialistische onderzoeksresultaten een min of meer coherente constante kan worden getrokken, zodat deelvissen niet op zichzelf blijft staan, maar wordt aangewend voor maatschappelijke verbetering?

Daarnaast bestaat er volgens verschillende critici een verregaande neiging tot egalisering in onze democratische samenleving (Von der Dunk, 2016). Egalisering werd zoals bekend reeds met het credo van de Amerikaanse en Franse revoluties aan het eind van de 18^e eeuw een urgent maatschappelijk thema en kreeg in de loop van de 19^e eeuw zijn grondwettelijke en rechtstatelijke beslag. Voor de letter van de wet als gelijk worden aangezien, betekent natuurlijk niet dat in cultureel, maatschappelijk en sociaal opzicht hetzelfde geldt. Verschillen tussen mensen bestaan immers nog steeds en vormen onze dagelijkse omgang en verhoudingen. Dat kan betreurenswaardige en wellicht zelfs kwaadaardige gevolgen hebben maar ze brengen tevens noodzakelijkheden met zich mee.

Ik memoreer hier aan het befaamde essay van Isaiah Berlin, *Two Concepts of Liberty* (1958), die daarin beargumenteert dat verschillende menselijke waarden nooit gelijktijdig in optima forma naast elkaar kunnen bestaan. Zo kan een maximalisatie van vrijheid nooit hand in hand gaan met een maximalisatie van gelijkheid en omgekeerd leidt maximalisatie van gelijkheid tot een (moreel afkeurenswaardige?) inperking van vrijheid. Het ‘probleem’ met intellectuelen is dat het een standsverschil uitdrukt. Als er intellectuelen bestaan, bestaan er vanzelfsprekend ook niet-intellectuelen. Men kan zich zelfs afvragen of de intellectueel niet enkel en alleen kan voortbestaan als zijn plaats aan de top van de maatschappelijke piramide verzekerd is, welke ietwat Nietzscheaanse gedachtegang in een vooroorlogs geschrift bijvoorbeeld ook door Menno ter Braak wordt benadrukt:

De intellectueel zoals wij hem kennen, heeft alleen ‘zin’ wanneer hij zich kan beroepen op een hiërarchie, krachtens welke hij het recht heeft zich boven de ‘massa’ te verheffen. Dat recht is onchristelijk, maar als het wegvalt, dan vervalt daarmee de intellectueel; wat overblijft is een ‘technicus des geestes’, die bij de monteurs kan worden ondergebracht.’ (Geciteerd in Rovers, p. 61, 1995)

Dit citaat is veelzeggend, want beantwoorden of de intellectueel nog bestaat, betekent tegelijkertijd beantwoorden wat voor een soort hiërarchische structurering in onze hedendaagse maatschappij nog mogelijk is. In het kort: in hoeverre is de taak van de intellectueel er inderdaad in gelegen zich te verheffen boven de massa en in hoeverre is dit in een massacultuur nog mogelijk? En is zo’n verheffing moreel aanvaardbaar? Het zijn deze vragen die in dit onderzoek dan wel niet sluitend en expliciet worden beantwoord, maar waar men, als men zich grondig in dit onderwerp verdiept, ook zeker niet omheen kan.

2 Theoretisch kader

In dit hoofdstuk zal aan de hand van een bespreking van de bestaande literatuur de medialogica tegen de positie en kenmerken van de publieke intellectueel worden afgezet. Om in te schatten of de normen van de media de beweegruimte van de publieke intellectueel faciliteren dan wel beknotten, zal ik alle facetten van de medialogica tegenover het metier van de publiek intellectueel zetten. Ik zal dit hoofdstuk aanvangen door het wezen van de publieke intellectueel te behandelen. De subparagrafen gaan over de geschiedenis, kenmerken en de verschillende suggesties van neergang en dienen om een idee te krijgen van de taak van de intellectueel in het publieke domein: waar dient hij toe en hoe zouden we af zijn zonder zijn aanwezigheid? Daarna zullen in het gedeelte van de medialogica typische hedendaagse concepten als infotainment, onderhandelingsjournalistiek en nieuwswaarden de revue passeren, om alvast voorzichtig theoretische overdenkingen te delen over het centrale vraagstuk van het effect van de medialogica op de positie van de publieke intellectueel.

2.1 De publieke intellectueel

Geschiedenis: een moderne diersoort?

Het is schier onmogelijk om een exacte periodisering van de opkomst van de (publieke) intellectueel te geven, maar vaak wordt impliciet naar de Verlichting gewezen, omdat toen een vrije, publieke ruimte ontstond in de zin die Habermas geschetst heeft (1962). Hierin staat het iedere burger vrij, dus ook de intellectueel, door vrije opinievorming de politieke keuzes van anderen te beïnvloeden. Toch kan met terugwerkende kracht ook vóór de 18^e eeuw aan verschillende grote denkers uit de geschiedenis de ‘intellectuele rol’ worden toebedeeld. De bekendste filosoof-denker uit de Oudheid is waarschijnlijk Socrates, en zijn naam duikt in de historische gedeelten van verhandelingen over de publieke intellectueel veelvuldig op (Jacoby, 1987). De mythevorming rondom zijn persoon heeft hem tot martelaar van het vrije woord gemaakt, een tragische individualist – in zijn geval noodlottig – en niet zonder reden wordt dit geassocieerd met het cachet van de publieke intellectueel. Heden ten dage hoeft je afwijkende standpunten niet meer met de dood te bekopen, maar een nostalgische zweem van het martelaarschap omringt nog altijd de publieke intellectueel (Pieter van Os in *De Groene Amsterdammer*, 19 oktober 2007). Als we het over voorvaders van de publieke intellectueel hebben, kunnen volgens Jacoby ook Bijbelse figuren als Jeremiah tot publieke intellectuelen gerekend worden. Kenmerkend waren zij immers tegelijk ‘engaged and detached’ (Jacoby, 1987, p.33).

Niettemin blijkt er afgezien van de vele voorouders veel voor te zeggen dat in elk geval de *moderne* variant van de intellectueel tijdens de Verlichting het levenslicht zag. Niet zonder reden wordt Jean-Jacques Rousseau (1712-1778) door Heynders (2016) geschaard onder eersten van het moderne soort intellectuelen. Het is dus een understatement, doch niet geheel overbodig, om te zeggen dat een zekere vorm van publieke ruimte waarin vrijheid van meningsuiting is gegarandeerd, voorwaardelijk is voor de levensvatbaarheid van de publiek intellectueel. Dat betekent dat de machtscentra op een of andere wijze ruimte moeten laten voor de afwijkende en subversieve opinie in hun samenleving, en of dat alleen in een democratie of ook onder een ‘verlichte vorst’ mogelijk is, blijft natuurlijk nog maar de vraag. Hoe dan ook moet er sprake zijn van een zekere bewegingsvrijheid en moeten er fundamentele voorwaarden aanwezig zijn wil een denker ook daadwerkelijk in de hoedanigheid van publieke intellectueel optreden, zoals hieronder doeltreffend verwoord door Johnsen (1988):

But Rousseau was the first to combine all the salient characteristics of the modern Promethean: the assertion of his right to reject the existing order in its entirety; confidence in his capacity to refashion it from the bottom in accordance with principles of his own devising; belief that this could be achieved by the political process; and, not least, recognition of the huge part instinct, intuition and impulse play in human conduct. (p. 3)

Zoals ook bij Rousseau het geval was, lagen niet zelden rumoer en *succès de scandale* mede ten grondslag aan de vermaardheid van een publieke intellectueel. Er heeft iets altijd iets aan de intellectueel gekleefd, waardoor je kunt zeggen dat hij ‘*just doesn’t fit in*’. Een berucht voorbeeld van intellectuele rebellie in Nederland is Jacques de Kadt (1897-1988). Deze liet zich laatdunkend uit over de universiteiten, die volgens hem bevolkt werden door ‘brave jongens die het hanteren van intellectuele apparaten geleerd hebben op die ambachtsscholen die men Universiteiten noemt’ (Geciteerd in Hartmans en Nauta, 2013; 1992). Met andere woorden, hij zag de universiteit niet bepaald als een bakermat van intellectuelen. Daarentegen was De Kadt een autodidact en een zelf-gecultiveerd non-conformist. ‘Het hanteren van intellectuele apparaten’ verwijst immers naar het kunnen omgaan met en verwerven van vakgebonden specialistische kennis, terwijl de intellectueel een breder register bespeelt, zoals we ook zullen zien in de kenmerkensectie verderop. Debet aan zijn roemruchte status is voorts zijn onverzettelijke houding, waarbij hij volgens Hartmans (2013) de indruk wekte dat goed en fout kon worden ingedeeld volgens de scheidslijn van personen die vóór en tegen hem waren. Hoewel hij altijd tegen de politiek aan

schuurde, zelfs 15 jaar Kamerlid is geweest, is hij als politicus altijd maar zeer marginaal gebleven. Ook dit is in vele opzichten veelzeggend, aangezien in de Nederlandse consensuscultuur iemand die onwrikbaar is in zijn standpunten op het terrein van de besluitvorming nooit een florerende carrière lijkt te zijn gegeven (Hartmans, 2013).

Gezien het feit dat het individualisten zijn, zijn intellectuelen maar moeilijk met elkaar verenigbaar en dat laat ook hun geschiedenis zien. De meest ambitieuze poging van intellectuelen in Nederland om zich te organiseren is wellicht tijdens het interbellum geweest. Het opkomende nationaalsocialisme in Duitsland en navenante tendensen in de omringende landen leidden, naar Frans voorbeeld, tot een intellectueel verzet door de oprichting van het *Comité der Waakzaamheid*. Onder aanvoering van prominente intellectuelen als Menno ter Braak en Jan Romein moest dit genootschap weerstand bieden aan de beknotting van allerlei vrijheden die het opkomende nationaalsocialisme in het vooruitzicht stelde. Deze intellectuelen bleken zodra het er op aan kwam maar moeilijk verenigbaar, aangezien er reeds met de opstelling van de beginselverklaring tegenstellingen aan de dag traden. Dat niet politiek-ideële overeenkomstigheden de leden bonden, brengt J. Weerdenburg (1995) tot de conclusie dat het comité enkel diende ter legitimatie van haar eigen klasse, de intellectuele klasse. Want dat onder de enorme stormdrang van de massa eliteposities zouden komen te vervallen, moest wel het onvermijdelijke gevolg zijn. Immers, zoals we al in de inleiding zagen, stelde een van de voorvechters, Menno ter Braak, dat juist de vergaande nivellerings-trend leidde tot de opkomst van de massa, en dat in het verlengde daarvan het kwalijke nationaalsocialisme haar levenslicht had gezien. Daarom was Ter Braak ervan overtuigd dat om de democratie te behouden een bovenlaag en hiërarchische ordening noodzakelijk was. Het is vatbaar voor redetwist of het Comité slechts cynisch haar eigenbelang wilde dienen, maar een lijn valt wel uit deze geschiedenis af te leiden: intellectuelen laten zich maar met veel moeite verenigen voor een gezamenlijk doel, veel minder dan welke andere (sociologische) groepering dan ook. En als ze al een poging wagen, is het ten tijde van enorme crisismomenten, waarin de eigenste kernwaarden van de intellectuele ‘roeping’ op het spel staan.

Een andere constante in de geschiedenis van de publiek intellectueel is de strijd die hij heeft geleverd met een in zwang zijnde doctrine die door hem als beperkt, dogmatisch of gewoon ronduit afkeurenswaardig werd gezien. Van oudsher was het katholicisme een favoriet aanvalsdoel, maar ook het fascisme en communisme waren in het begin en midden van de 20^{ste} eeuw een bekend doctrinebolwerk waar een publiek intellectueel naar hartenlust

tegenaan schopte. Vanuit het Oostblok zijn vooral namen als Václav Havel, György Konrad en Adam Michnik als ‘intellectuele verzetshelden’ overgeleverd. In latere tijden werden radicaal feminisme, Nieuw Links en het postmodernisme doelwit van polemische aanvallen. Je zou kunnen zeggen dat de functie van de publieke intellectueel er altijd in gelegen is geweest om het doctrinaire gehalte van de maatschappijmodellen te ondergraven. Door eigentijdse modeverschijnselen te tarten wonnen de werkzaamheden van een intellectueel aan actualiteit en kregen ze daarmee een publieke status. Posner (2002) noemt dit de correctieve functie van de publiek intellectueel.

Onafhankelijkheid betekent echter niet dat men geen kind van zijn tijd kan zijn, of wellicht juister gezegd: begrippen als autonomie en onafhankelijkheid moeten als relatief worden beschouwd. Nadat het leeuwendeel van de intellectuelen in de naoorlogse periode tot het links-liberale kamp behoorde, trad er vanaf de neoliberale jaren tachtig onder intellectuelen een hang naar de conservatieve zijde op. Deze stroming wordt aangeduid als neoconservatisme, en bekritiseerde aanhoudend het linkse establishment (Etzioni en Bowditch, 2006). In eerder stadium kenmerkte een hele generatie Franse intellectuelen zich door haar flirt met het communisme, zoals Tony Judt (1992) heeft laten zien. Dat er sowieso weinig aanleiding is om intellectuelen als personen te zien die per definitie ongevoelig zijn voor de sentimenten en geestelijke modeverschijnselen van hun tijd, illustreert Judts studie, die hij overigens zelf typeert als een ‘essay on intellectual irresponsibility’. We moeten aldus concluderen dat de bredere golven van de tijdsdynamiek ook intellectuelen op sleeptouw nemen, en een absolute afstand van contemporaine tendensen niet mogelijk is. Dat betekent van de andere kant weer niet dat hiermee iedere aanspraak op autonomie illusoir is en ‘foute intellectuelen’ de beroepsgroep in zijn geheel diskwalificeren.

Met de opkomst van de televisie nam volgens Marcie Frank (2005) de *publieke* intellectueel een vlucht. De tijd dat meer dan de helft van de lezers niet wist hoe hun auteurs eruit zagen, was definitief voorbij. De publieke intellectueel maakte van televisie een medium dat hij kon handig kon exploiteren. Volgens Frank weet een handvol intellectuelen danig gewiekst met het medium om te springen dat zij veel gevraagde gasten worden. Wederom speelt beruchtheid door controversen hier een rol. Door gebruik te maken van ironie, snerpande humor en legendarische sneren acteren ze op televisie vaak als ‘disturbers of the canonical peace’ (Jacoby, 1987). Frank gaat met haar redenering dus in tegen de gebruikelijke opvatting dat de huidige medialogica geen enkele intellectualiteit toelaat.

Etymologie

Dat men tot millennia geleden intellectuelen *avant la lettre* kan aanwijzen, en sinds enkele eeuwen ook hun moderne functie, neemt niet weg dat ‘intellectueel’ pas vanaf het begin van de vorige eeuw tot ons dagelijkse woordgebruik ging behoren en ook toen pas een sociologische term werd (Von Vegesack, 1986). De term intellectueel, zij het dat ‘publiek’ er toen nog niet aan werd toegevoegd, is in elk geval een stuk jonger dan de rolopvatting die deze term historisch met zich meedraagt. De Franse schrijver Emile Zola tekende in 1898 publiekelijk protest aan tegen de onterechte veroordeling van de Joods-Franse officier Alfred Dreyfus door in het dagblad *L'aurore* een vlammende veroordeling onder de titel *J'ACCUSE* te publiceren. Niet toevallig moesten de autoriteiten eraan geloven (Posner, 2002). Hierop publiceerde de krant lange petitielijsten ter ondersteuning van Zola's standpunt met onder meer bijdragen van bekende tijdgenoten als Anatole France, André Gide en Marcel Proust en andere leden van de ‘elite des geestes’. Veelzeggend is dat tegenover de lange lijst van ondertekenaars een nog veel groter geestelijk bolwerk van anti-Dreyfusianen, zoals de voorstanders van de berechting van Dreyfus werden genoemd, stond. In de strijd haalde literatuurcriticus Ferdinand Brunetière uit door de ondertekenaars van de protestpetitie te beschimpen met de term ‘de intellectuelen’; lui die zich in alle verwatenheid een misplaatste ‘aristocratie van geest’ aanmaten. Maurice Barrès, de voornaamste pleitbezorger van het patriottistische, en in sommige gevallen ook een antisemitisch geluid, merkte smalend op dat de elites van geest zich verheven voelden boven de vulgaire massaopinie. De laatdunkende bijklank waarmee anti-intellectuelen de term vergezellen is dus tijdens de Dreyfus-affaire bepaald. Die opmerking van Barrès was overigens niet uit de lucht gegrepen, aangezien een aantal Dreyfusianen zich inderdaad laatdunkend had uitgelaten over volkstoestanden.

Een noviteit in de geschiedenis was dit natuurlijk niet, want hoeveel denkers en filosofen hebben zich niet geringschattende opmerkingen over ‘het gepeupel’ laten ontvallen. Het is niet onvoorstelbaar dat de meeste intellectuelen zich kunnen verenigen met Louis-Ferdinand Celines opmerking dat er geen intelligente ijdelheid bestaat. Een zekere verhevenheid, al dan niet misplaatst zal altijd aan de intellectueel blijven kleven, en rollende rotsblokken des aanstoets opleveren. De kwestie of er een alternatief bestaat, is door de Joods-Duitse essayist Kurt Hiller doeltreffend uitgedrukt: ‘Een intellectueel die fluistert: Ik moet de massa niet leiden maar me aan ze onderwerpen, ontmant zich en geeft toe overbodig te zijn.’ (Geciteerd in Von Vegesack, 1985, p. 28).

Volgens Von Vegesack brachten Zola cum suis twee fundamentele waarden voor het voetlicht die de identiteit van de intellectueel vanaf dat moment hebben vastgelegd: vrijheid van meningsuiting en universalistisch pacifisme (p.10). Dat de terminologie pas in 1898 gemeengoed werd is vermoedelijk geen coïncidentie en lag in de lijn van de tijdsontwikkelingen, want een decennium eerder werd met de Berner Conventie (1886) pas het auteursrecht rechtstatelijk vastgelegd. Met deze bepaling werden rechtstatelijke belemmeringen op intellectuele vrijheid weggenomen. De Russische variant van de intellectueel, de intelligentsia, had aanvankelijk overigens de veelzeggende betekenis van ‘vervreemding en animositeit richting de staat’. Deze houding van de intellectuele klasse wordt in retrospectief vaak gezien als de aanloop naar de Russische Revolutie in 1917. Veel eerder dan de 19^e eeuw konden bepaalde individuen goed denken, maar nauwelijks veel eerder werd de gevestigde orde, de gebalde staatsmacht object van woeste aanvalspogingen van de kant van kritische denkers (Jacoby, 1987).

Dat de scheidslijn tussen ‘intellectueel’ en *publiek* intellectueel dun is wordt volgens Edward Said (in Hall, 2002) bewezen doordat het Franse *intellectuel* een associatie met zich meedraagt: die van *maître penseurs*, personen als Foucault of Arendt die konden bogen op een autoriteit ten overstaan van een groot publiek. Het adjectief ‘publiek’ werd ook pas door socioloog C. Wright Mills, zelf een bekende Amerikaanse publieke intellectueel, in 1958 in een terloopse opmerking bijgevoegd. Deze terminologie raakte pas in gebruik vanaf 1987, toen Russell Jacoby zijn veelbesproken *The Last Intellectuals* uitbracht. Hierdoor wordt laatstgenoemde dikwijls foutief aangezien voor de bedenker van de term. Overigens had Mills er al in een essay uit 1944 op gewezen dat de toegang van intellectuele inzichten tot het grotere publiek in gevaar is, als gevolg van de groeiende invloed van universiteiten en de commerciële massapublicatie (Eztioni en Bowditch, 2006, p. 34).

De intellectueel heeft in zekere mate altijd met hoon en afwijzing te kampen gehad. Tijdens de Dreyfus-affaire stuitten de intellectuelen op het grootst mogelijke verzet: hoe kan een niet-politicus zich met staatsaangelegenheden bemoeien? Een staatsman heeft zich toch ook niet in te mengen in filologie of een ander wetenschappelijk specialisme? (Jacoby, 1987) Het was dus voor sommigen een raadsel waar iemand als Zola zijn morele oordeelsvermogen vandaan dacht te halen om zich op zo’n brutale wijze tegen het decreet van ingewijden te verzetten. Zo werd *intellectueel* in voornamelijk reactionaire en conservatieve kringen eerder een geuzennaam dan een bejubeld fenomeen. Ook bij de meest geestdriftige marxisten genoten intellectuelen geen populariteit (Nauta, 1992). De impopulariteit van intellectuelen

zien we tot op de dag van vandaag terug; men denke aan Bolkesteins (2011) kritiek op de nutteloosheid van intellectuelen. Deze zouden zich verliezen ‘in ijdel getheoretiseer dat vaak het zicht op de werkelijkheid blokkeert’. Een andere kritiek komt op naam van de beruchte communistenjager Joseph McCarthy, die de soort der intellectuelen als een gevaar voor het politieke gezag en de moraal zag (S. Koenis geciteerd in Nauta, 1992). Fidel Castro was beeldrijker in zijn bewering dat intellectuelen ‘de zwartrijders op de tram van de geschiedenis’ zijn. In deze voorbeelden zien we nog eens dat een zekere hegemonie van doctrinair denken gepaard gaat met een banvloek over intellectuelen.

Bijeengenomen laat de geschiedenis van de intellectueel vooral zijn problematische aard zien. In een wereld die hoofdzakelijk is opgebouwd uit sociale verbanden, is het voor een intellectueel altijd zoeken naar een plekje tússten die verschillende collectieven. Dat moet op zo’n manier gebeuren dat hij tegelijkertijd gehoord wordt én de autonome, kritische stem van een relatieve buitenstaander gewaarborgd blijft. Ook in een gemediatiseerde wereld blijft dat de inzet.

2.2 Kenmerken

Het is bron van controversie om te moeten aanwijzen wie wel, wie niet, wie een beetje en wie een gesjeesde intellectueel is. Daarom ligt het niet in de lijn der verwachtingen dat er ooit breed gedragen overeenstemming over dit vraagstuk wordt bereikt. Ondanks de talloze demarcatieproblemen kunnen er constanten en overeenkomsten uit de verschillende theorieën worden gehaald. Michel Foucault drukt zich het meest algemeen uit wanneer hij een scherp onderscheid maakt tussen de intellectueel *par excellence* en de ‘specific intellectual’. De laatste groep vertegenwoordigt op een of andere manier een bevoegde instantie en bestaat veelal uit technici, magistraten en leraren. De eerste categorie heeft een ‘*universal consciousness*’ en is een zich vrij bewegend individu. Foucault is verder stellig van mening dat iedere historische verhandeling over de publieke intellectueel het verdwijnen van de schrijver als exemplarische vorm van de intellectueel *par excellence* moet bevatten, evenals de oorzakelijke rol die de universiteiten van de laatste decennia hebben gespeeld in de veranderde positie van de intellectueel. Dit kenmerkende onderscheid tussen specialist en de breed ingevoerde intellectueel wordt in de meeste beschouwingen over intellectuelen gedeeld. Daaraan kan worden toegevoegd dat de intellectueel zich oordeelsvermogen toe-eigent, terwijl de expert zich slechts beperkt tot informatieoverdracht (Guicherie, 2012).

Russell Jacoby (1987) duidt de intellectueel aan als de bohemien, de vrijblijvende grootstedeling, iemand die zonder bemiddeling van machthebbende instituties essayistische stukken schrijft voor tijdschriften en boeken naar de drukkerij brengt. Posner (2002) spreekt in zijn kwantitatieve studie van de publieke intellectueel – hij maakt een rangorde van intellectuelen op basis van het aantal keren dat ze geciteerd worden of verschijnen in de media enzovoorts – over een ‘celebrity phenomenon’. Roem, reputatie en een televisiepubliek dat zich met hem kan identificeren bepalen in hoge mate zijn positie in de publieke ruimte. Ook bij Posner komt de term specialisering prominent aan de orde, wanneer hij beargumenteert dat kennis de laatste vijftig jaar in toenemende mate in compartimenten wordt opgedeeld en ieder compartiment wordt uitgedragen door een bepaalde, academisch gebonden intellectueel. Deze opdeling van kennis zou ertoe hebben bijgedragen dat algemene belezenheid sluipenderwijs aan het verdwijnen is. Van de weeromstuit worden kennis en inzicht niet meer overgedragen door de ruim belezen, onafhankelijke intellectueel, maar door de academisch gebonden expert die alleen wordt uitgenodigd als om zijn ambachtskennis wordt gevraagd.

Hoewel de uitleg van de publieke intellectueel in het stuk van Vincent Guicherie (2012) nogal diffuus is, en de nadruk ligt op het politiserende aspect, zegt hij dat het een persoon is ‘die op basis van bekendheid of status de mogelijkheid heeft een groot publiek aan zich te binden’. In de Nederlandse context gedacht moet worden aan Harry Mulisch of Maarten van Rossem – als prototypen van personen die in de media over tal van onderwerpen op karakteristieke wijze hun mening verkondig(d)en. Het artikel krijgt in het vervolg een draconische wending als de auteur zijn oordeel over de publieke intellectueel uitspreekt: hij zou door de problematische verhouding die hij heeft met de wetenschappelijke manier van werken een culturele vorm van populisme uitdragen. Guicherie betreurt het amuserende element dat ervan uit zou gaan: hij zou er alleen nog maar zitten om zijn publiek met een avondvullend programma te behagen, in plaats van het kennis te leveren waarvan het wijzer wordt. Deze schets laat wederom de dichotomie zien die we al eerder aantreffen: de specialist vis-à-vis de ‘universele’ allround-intellectueel. Guicherie ziet de rol van de bèta-wetenschapper (door hem als archetype van de specialistische intellectueel genomen) in tegenstelling tot de publieke intellectueel als apolitiek: hij wil geen mensen bewegen tot iets, maar louter informatie verschaffen.

Odile Heynders (2016) gaat vooral in op de schrijver in de hoedanigheid van de publieke intellectueel. Haar vertoog kan daarnaast ook worden gezien als een eerste aanzet om de positie van de publieke intellectueel in verband te brengen met ontwikkelingen in de

media, te weten digitalisering en mediatisering. Helaas gaat zij op die aspecten niet dieper in, maar dat er een verband bestaat is evident. Zij noemt de verspreiding van opinievorming op het internet onder de invloed van de sociale media, en brengt dat in verband met de positie van de publieke intellectueel. In elk geval is zij van mening dat ‘de interventie van schrijvers broodnodig is als tegengif tegen *tabloid logic*.’

In de bundel onder redactie van Hall (2002) wijzen de auteurs op de gebreken van de gebruikelijke vertellingen over de publiek intellectueel, waarbij zij vooral heroïsche beschrijvingen afwijzen. Zo is de boog van de publieke intellectueel continu gespannen: aan de ene kant wenst hij zich te vrijwaren van enige ideologisch-institutionele bemoeienis, aan de andere kant probeert hij wel invloed uit te oefenen, de publieke opinie in zijn voordeel uit te laten vallen. Ook vinden de auteurs van de bundel dat er te dikwijls een mythische afbeelding van de publieke intellectueel wordt gegeven. De publieke intellectueel zou al te vaak proberen een ideale standaard op te tuigen van wat maatschappelijk en ethisch betamelijk is, terwijl hij zich niet realiseert dat zijn mening niet meer dan een mening van hemzelf is, en van niemand anders. Voorts komt uit de inleiding van Hall een andere interessante duiding van het fenomeen aan het oppervlak: een publieke intellectueel zou appelleren aan een verlangen van burgers om uit de wanordelijke stroom van informatie een holistisch, samenhangend verhaal te construeren (2002).

De betrokkenheid van de intellectueel bij maatschappij en politiek wordt breed als criterium gedragen, maar toch blijft ‘engagement’ een dubbelzinnige, verwarrende term als we haar in verband brengen met de taak van de intellectueel. In oppervlakkige zin kunnen we engagement omschrijven als ‘political involvement’ – bewust in het Engels gelaten omdat de Nederlandse vertaling ‘betrokkenheid’ te zwak is, terwijl ‘deelname’ of ‘verwikkeling’ weer een te activistische toon heeft. Maar als we dieper ingaan op wat dit voor de intellectueel betekent, die in de zin van Benda (1927) moet opkomen voor eeuwige waarden en niet voor politieke opportuniteiten, ontstaat er verwarring. Sartre maakte zich in zijn *Qu'est-ce que la littérature?* immers hard voor engagement omdat volgens hem onthouding ervan betekent dat je goedkeuring verleent aan de status quo. Sartre's vriend Paul Nizan doet er nog een schepje bovenop wanneer hij ‘ivoren toren intellectuelen’ afkeurt en meent dat ‘men niks verandert zonder de dood te riskeren’. Emmanuele Monier heeft aan de andere kant weer gewezen op de gevaren van engagement, namelijk dat men vast kan komen te zitten in de formules van een ideologische doctrine en dat men al te zelfgenoegzaam kan worden wanneer men zich gaat gedragen als ‘goeddoener’. (Schalk, 1978)

Sjaak Koenis (in Nauta, 1992) stelt dat de combinatie van intellectuele distantie en maatschappelijke betrokkenheid uitgeholde frases zonder werkelijke dekking zijn, en dat men in de plaats daarvan het best kan spreken van *intellectuele betrokkenheid* en *maatschappelijke distantie*. Dat standpunt wordt kracht bijgezet door Von Vegesack (1986) die beweert dat betrokkenheid te zijner tijd frontaal kan botsen met kritische onafhankelijkheid. Hij noemt Jean-Paul Sartre die zijn hoofd wegdraaide voor de Sovjet-gruwelen van de goelags teneinde de communistische zaak te laten dienen als schoolvoorbeeld. Dit standpunt wordt gedeeld door Rob Hartmans, die stelt dat vóór alles het leveren van kritiek van belang is, ook en eigenlijk vooral op de groepen of personen waarmee hij sympathiseert (Klei, 9 december 2013). Diezelfde Sartre had in 1947 juist een lans gebroken voor literair engagement, toen hij aanmaande tot het ‘schrijven over vandaag, voor roem nú, en voor het grote publiek’ (Trouw, 2000). Dat deze roemvergaring kennelijk gepaard moest gaan met het afstand doen van de ‘roeping’ van een intellectueel, het leveren van kritische beschouwing zonder daarvan bij voorbaat wie of wat dan ook uit te sluiten, geeft een historisch inzicht van zelfverloochening.

Het engagement kent dus in elk geval daar zijn begrenzing waar het lof toezingen van een of andere ideologie of stroming gepaard gaat met zaken die universeel ondeugdzaam zijn. Verder kan als uitleg van het kenmerkend aspect ‘engagement’ worden vastgesteld dat wereldlijke aangelegenheden en actuele vraagstukken de intellectueel niet onverschillig mogen zijn. Daarin verschilt de intellectueel wellicht van de filosoof; laatste wil wijsheid voortbrengen, eerstgenoemde haar *aanwenden*.

Opmerkelijk genoeg laat de literatuur zich nauwelijks uit over het kwaliteitsaspect: want dat niet iedere columnschrijver die zich met maatschappelijk relevante zaken bezig houdt zichzelf een intellectueel mag noemen, wordt meestal stilzwijgend onderkend, maar wanneer mag iemand dit wel doen? Wetenschapper Frédéric Paulhan publiceerde twee jaar voor de uitbarsting van de Dreyfus-affaire een quasi-neutrale verhandeling waarin hij systematisch criteria aan de term verbond (Von Vegesack, 1986). Opvallend is Paulhans kernstelling dat onder intellectuelen mensen moeten worden verstaan die al het ‘menselijke’ onderwerpen aan de kracht van het verstand, zelfs als dat verstand nauwelijks kracht bevat (!). Een zuiver rationaal ingesteld persoon betekent in deze lezing vrijwaring van enige passies en instinctieve drijfveren. Dat is een hoogst boude stelling, want hoewel een intellectueel moet kunnen denken, onzeggen alleen degenen die zich bedreigd voelen door zijn denkkraft hem zijn menselijkheid. In zijn rationaliteit wordt iedere mens natuurlijk gedwarsboomd door psychologische maximes en oerdriften, maar je bent intellectueel *naar verhouding* je de

schade berokkenende dierlijke driften weet te beteugelen. Bovendien kan men zeer rationeel uitgedachte standpunten met emotionele kracht luister bijzetten, hetgeen iemand nog niet diskwalificeert als intellectueel.

Er zijn naast de genoemde kenmerken nog verschillende karakteriseringen van de intellectueel, zoals een moralist of ironicus (Gabriëls, 2001) of aforistische bewoordingen als Camus' 'een intellectueel is iemand wiens geest zichzelf in de gaten houdt', maar vanwege het subjectieve gehalte van deze aanduidingen, alsmede de onmogelijkheid ze te generaliseren of tot demarcatiecriteria te maken, heb ik ze, hoewel er veel voor te zeggen valt, niet opgenomen in de door mij geselecteerde kenmerken. Een intellectueel is dus iemand die kritisch oordelen voorop stelt, en dat meent te mogen doen vanuit zijn belesenheid en de overdenkingen die hij vooraf laat gaan aan standpuntinname. Door zijn belesenheid wordt hij in staat geacht de actualiteit met bredere concepten en ideeën te verbinden. Hij doet dit op meerdere terreinen en onderscheidt zich daarmee van de expert. Voert hij deze handelingen uit voor het voetlicht van de media, en niet enkel in persoonlijke kring, is hij een publieke intellectueel.

2.3 Neergang. Een eeuwig vallen?

De eigenschappen van de publieke intellectueel kunnen feitelijk niet los worden gezien van de (vermeende) neergang van zijn positie. Blijkbaar is er iets verloren gegaan; het gaat over een bepaald type intellectueel: de algemene, breed ingevoerde intellectueel. Om verschillende redenen raken de kweekvijvers opgedroogd, en de hoofdschuldige is volgens de verschillende neergangsverhalen de universiteit van vandaag de dag. (Posner 2002; Jacoby 1987; Foucault, 2004)

Foucault ziet bijvoorbeeld de boheemse, vrijgevochten manier van intellectuele productie in de zestiger jaren als een laatste stuiptrekking, de zwanenzang van dit type intellectualisme (of van intellectualisme *par excellence*). Het is niet zo dat zich op een bepaald moment een abrupte breuk voordeed waarin het ene type door het andere werd vervangen, maar Foucault bemerkt wel een geleidelijke vervanging van de universele intellectueel door de 'specific intellectual' vanaf het eind van de Tweede Wereldoorlog. Na WO II kwam de gespecialiseerde intellectueel ten tonele, en dit proces van vervanging accelereerde in de jaren zestig en valt terug te voeren op 'de technisch-wetenschappelijke herstructurering' van de maatschappij in die jaren.

Ook andere verhandelingen merken op dat het echte archetype van de intellectueel min of meer verloren is gegaan (Igantieff 1997, Jacoby 1987 en Posner 2002). Volgens Ignatieff heeft de intellectueel zich voornamelijk teruggetrokken in de sferen van de sociale wetenschappen, en zijn wapen om met woorden vooroordelen te bestrijden en waarheden aan te tonen gebruikt hij niet meer en plein public. Het gevolg is dat we volgens hem nu te veel weten, en te weinig begrijpen. Daarvoor in de plaats is volgens hem in academische kringen een cultureel-marxistisch conformisme ontstaan, dat haar verbinding met de maatschappij volledig uit het oog is verloren. Ook Jacoby (1987) geeft een uitvoerige beschrijving van het academische milieu en brengt dit in verband met de teloorgang van de boheemse, eigengereide intellectueel. Hij spreekt van een generatiekloof: waar de generatie die rond 1920 en vooral rond 1900 ter wereld kwam vrijgeleide had om een niet aan instituties gebonden mening te verkondigen, zijn de intellectuelen die na 1940 zijn geboren nauwelijks bekend met een dergelijke uitoefening van intellectuele bezigheden. Voor hen is het een absolute vanzelfsprekendheid dat iemand die met intellectuele arbeid zijn brood wil verdienen, daartoe zijn weg vindt via de universiteit. Posner (2002) zegt hetzelfde over de rol van universiteiten.

Eveline Tonkens (2009) behandelt de academische intellectueel als publiek uitdrager van standpunten en koppelt de teloorgang van de brede intellectueel die voorheen zijn stem over een breed spectrum aan onderwerpen mocht laten gelden exclusief aan de veranderde structurering van het universiteitswezen. Ze gaat nauwgezet in op de fatale gevolgen van de universitaire publicatiecultuur voor de intellectuele ontwikkeling. Volgens haar heeft het er alles mee te maken dat wetenschappers door publicatiedruk geen tijd meer over hebben voor bredere, publieke werkzaamheden. Door als voorbeeld van een beperkt onderzoeksterrein het vaginale systeem van de vlo te nemen, wijst zij schertsend op de minuscule reikwijdte van hedendaags, academisch onderzoek. Dit heeft tot gevolg dat vrijelijk onderzoek doen en vanuit bredere achtergrondkennis boeken publiceren en standpunten in de media uiteenzetten weinig gangbaar meer is onder academici. Ze koppelt deze trend aan de neoliberale tendens van ‘vermarkting’ van de universiteit. Derde geldstromen worden steeds gebruikelijker en als een wetenschappelijk werk nog enige maatschappelijke betekenis heeft, dan is het doordat er in opdracht van of in samenwerking met een particulier bedrijf onderzoek wordt gedaan, ook wel valorisatie genoemd.

Een behoorlijk radicale kijk op de neergang geven de Franse filosofen Bernard-Henri Levy en Alain Finkelkraut. Vooral de eerste poneert de stelling dat de groeiende scepsis

tegenover het Verlichtingsideaal, het vertrouwen op de Rede, met een hoofdletter en het geloof in de Waarheid, intellectuelen heeft afgezwakt in hun zelfvertrouwen. Zij zouden niet meer zoals voorheen stellingen voor het voetlicht brengen, uit structurele twijfel of er zoiets bestaat als een te achterhalen waarheid. Door deze om zich heen grijpende twijfel zouden intellectuelen geen ideeën, concepten en waarden hebben om op terug te grijpen, omdat alles immers ten diepste onzeker is. In deze hebben de structuralisten, relativisten en postmodernisten, op sleeptouw genomen door hun voormannen als Derrida en Lacan, alles aan het wankelen gebracht, en dus ook het broodnodige zelfvertrouwen van de intellectuelen (Jacoby, 2008). Deze werken laten zien dat de Amerikaanse constatering van de neergang ook aan de andere kant van de Atlantische Oceaan wordt waargenomen.

Tegenverhaal

Het neergangsverhaal wordt echter niet door iedereen gedeeld. Marcie Franks (2005) analyse van Gore Vidals manifestatie als publieke intellectueel laat dit goed zien: zij wijst er in haar bestudering van de Amerikaanse schrijver-publicist Gore Vidal (1925-2012) specifiek op dat verhandelingen over de publieke intellectueel weigeren rekenschap te geven van het feit dat televisie bij uitstek het medium is waaraan sinds de jaren zestig een intellectueel zijn publieke status verleent. Velen zien het televisiemedium te veel als een populair middel en willen al helemaal niks weten van een intellectueel als een *celebrity*-figuur. Volgens haar moet de omslag in de positionering van de publieke intellectueel dan ook letterlijk vertaald worden naar de omslag van een drukwerkcultuur, waarin boeken, dag- en weekbladen de hoofdmoot van het geestelijke bestaan vormden, naar een televisiecultuur. Frank probeert aan te tonen dat juist de aanpassing van intellectuelen aan de beeldcultuur ervoor heeft gezorgd dat de beroepsgroep van de intellectueel in staat was te overleven. In Gore Vidal ziet zij het ideaaltipe van die cruciale adaptie. De vraag is natuurlijk of Vidal ook daadwerkelijk representatief was voor een bredere tendens.

Andere tegengeluiden keren zich vooral tegen de misplaatste romantisering van de publieke intellectueel als eenzellig strijder voor verheven waarden, een autonoom denker die zich weinig gelegen laat aan de zittende macht of deel uitmaakt van eender welke belangenpartij (Hall, 2002). Er zijn talloze manieren om de heroïsche status van publieke intellectueel uit te drukken – waarbij de *speak-truth-to-power* metafoor wellicht de meest gehanteerde is –, maar het komt er op neer dat de publieke intellectueel vaak wordt gezien als een individualist en daardoor subversief en onaangepast is. Het is geen voorwaarde om *te allen tijde* niet te vinden wat de goegemeente vindt, en het gevaar ligt altijd op de loer er een

sport van te maken, maar individueel denken differentieert nu eenmaal vaak. Door deze individualistische neiging van intellectuelen hebben verhandelingen over zijn neergang vaak een romantisch-melancholieke zweem over zich heen – los daarvan staat de vraag of dat terecht is of niet. Geweeklaag over het tragisch uitsterven van Don Quichot-achtige types, mastodonten van het denken, zijn derhalve niet van de lucht volgens de auteurs van de bundel. Hierdoor kan een verschijnsel optreden waar niet alleen publieke intellectuelen last van hebben: de glorificatie van het roemrijke verleden, waarvan met recht kan worden afgevraagd in hoeverre het überhaupt heeft bestaan. Het gevolg is dat historische figuren, publiek intellectuelen met name, ten prooi vallen aan eenzijdige beeldvorming (Collini, 2002). Figuren als George Orwell of Multatuli, die de reputatie hebben zich overal tegen verzet te hebben en vaak in de pen klommen om ergens een finale aanklacht tegen te uiten, worden hierdoor vaak als mythische figuren voorgesteld, terwijl karakteristieke en levensgebeurtenissen die een stuk minder heroïsch van aard zijn, buiten beschouwing worden gelaten.

Het beste voorbeeld van dit tegenverhaal is de bijdrage van Stefan Collini aan de bundel van Hall (2002), die zoiets als ‘een intellectuele roeping’ als een opgeblazen voorstelling van zaken beschouwt. Hij ziet in de beeldvorming over de publiek intellectueel een afschaduw van De Ander, met hoofdletter, als ware hij de buitendimensionale alien in *2001: A Space Odyssey* van Kubrick die de mensheid van haar onwetendheid moet ontdoen en begiftigen met nooit eerder geziene wijsheden. Een andere tendens die Collini betreurt is dat veel auteurs de afwezigheid van gevestigde intellectuelen in eigen land plaatsen tegenover de zogenaamd overweldigende aanwezigheid ervan in een ander land. Hier lijkt Collini een valide punt te maken; wie in de geschriften over de publieke intellectueel duikt, moet telkens opmerken dat het beklagen van de afwezigheid in eigen land en tijd gecontrasteerd wordt met nostalgische verwijzingen naar andere landen en tijdperken, zonder dat goed verhelderd wordt wat die tijd nu precies voor had op de beklagde tijd waarin men thans leeft. Een ander argument in deze orde is dat veel van de publieke intellectuelen van weleer die worden aangehaald om te laten zien dat dergelijke types niet meer bestaan, zich in hun tijd er ook over beklagden dat zij nauwelijks werden gelezen (Eztioni en Bowditch, 2006). Daarnaast wijzen sommigen erop dat het ontstaan van een ‘blogosfeer’ in recente jaren nieuwe intellectuele ontplooiingsmogelijkheden biedt (Eztioni en Bowditch, 2006). Nochtans is het zeer de vraag of de opkomst van de blogosfeer een centrifugale tendens is of vooralsnog een randverschijnsel of uitzondering op de regel. En van de bestaande blogs zou moeten worden

onderzocht in hoeverre de content ervan te vergelijken is met intellectuele producten van vroeger.

De verwarring omtrent het al dan niet verdwijnen heeft naar mijn idee ook veel te maken met de non-existentie van de publiek intellectueel als een sociale klasse of groep. Er bestaan publiek intellectuelen, maar zij organiseren zich niet zoals academici, advocaten of medici dat doen. Bovendien ben je niet 24/7 publiek intellectueel: zeldzaam zijn de schrijvers niet die een of meerdere jaren uit de media verdwijnen om zich volledig te richten op het schrijven van een boek. Doordat intellectuele individuen soms moeilijk aan te wijzen zijn, omdat zij zich niet georganiseerd, maar ‘vrijzwevend’ overal en nergens begeven ligt de vaststelling van een neergang altijd meer voor de hand dan te spreken over hoogconjunctuur. Het zijn veel meer karaktereigenschappen en toevalligheden die bepalen dat iemand wiens occupatie eerst historicus, literator, journalist of socioloog was (en overigens nog steeds blijft) een publieke status krijgt, en die hem in de gelegenheid stellen om op een onderlegde manier over zaken buiten zijn specifieke vakgebied te praten. En daarin krijgt hij afhankelijk van de tijdsgeest in meer of minder mate ruimte van de mensen die over die ruimte macht uitoefenen. Het is die tijdsgeest, alle omgevingsfactoren, die bepalen of er wel of niet sprake is van een neergang of achteruitgang.

Binnen dat tijdsbeeld lijkt het neergangsverhaal overtuigend: het verhaal van het verdwijnen van de publieke intellectueel zou het verdwijnen van de ‘duider-in-de-breedte’ ten faveure van de gecompartmenteerde vakkundige zijn. Het uitoefenen van bezoldigde intellectuele bezigheden buiten de universiteit wordt steeds minder gangbaar. Omdat de universiteit altijd overwegend, maar niet uitsluitend het platform was van waaruit de intellectueel zijn boeken en essays kon schrijven, lopen voor velen de hedendaagse structuur en de normen van de universiteit synchroon met de neergang van de intellectueel. Als de universiteit niet de ruimte is waar intellectuelen zich kunnen ontplooien, is het de vraag of een andere publieke ruimte wel de juiste atmosfeer biedt: de media.

2.4 *The neoliberal tide: medialogica en marktwerking*

Als we kijken naar hoe maatschappelijke structuren doorwerken naar het terrein van de media, zien we op dit moment vooral de dominante kracht van het Foucaultiaans neoliberalisme. Deze notie van neoliberalisme is niet zozeer een economisch model als wel een maatschappijvorm die de gehele samenleving omvat. Marktwerking ziet Foucault als de maatschappelijke motor, en is behalve in de economie ook op het gebied van onderwijs,

politiek, media en zelfs de moraal de centrale werkzame kracht (Foucault, 2004). Hij ziet de doctrine van de markt als een imperatief dat iedere menselijke activiteit pas validiteit krijgt wanneer het als zodanig ontsproten is aan de markt. Het is vanuit dit idee dat enkele bepalende verschuivingen in het medialandschap moeten worden gezien. Wie immers de medialogica op een diepgravende manier bestudeert, en daaruit de belangrijkste tendensen distilleert, ontkomt er niet aan de maatschappelijke paradigma's die eraan ten grondslag liggen, te behandelen.

Uit de *Strukturwandel der Öffentlichkeit* (1962) van de bekende filosoof Jürgen Habermas kunnen we een aantal randvoorwaarden voor een vruchtbaar publiek debat afleiden.

Habermas laat zien dat de publieke sfeer historisch bepaald is, en de Verlichting staat aan de wieg van deze sfeer. In de 18^e eeuw kon dankzij de florissante opgang van een lezend publiek, salons en de beroemde koffiehuisen een ruimte ontstaan waarin iedereen in een soortement tussenruimte, het terrein tussen de staat en het privéleven, zijn gedachten in de openbaarheid kon brengen. Mensen gaan zich in deze constellatie zien als volwaardige burgers die zelf kunnen denken én spreken. Dit idee is al terug te zien bij Kant die in zijn *Zum ewigen Frieden* (1795) feitelijk de twee grondslagen voor de publieke ruimte legt: voor jezelf denken en hardop denken, daar komt het op aan in de publieke sfeer. Habermas kent aan de rationaliteit het principe toe dat interactie tussen burgers mogelijk maakt: zolang een kwestie maar lang genoeg bediscussieerd wordt, iedereen wordt opgenomen als discussiant, en we gelijke betekenissen aan onze woorden toekennen, ontstaat er ten langen leste een publieke opinie met een universeel gedeelde factor. Aan de hand van de meningsvorming die tot stand komt binnen de politieke publieke opinie, wordt de volkssoevereiniteit werkzaam wanneer politici haar omwerken in wetten.

In de verlichtingsdagen kwam dit modelconcept volgens Habermas tot ontwikkeling en bloei, maar vandaag de dag is het teloor gegaan door de kwalijke invloeden van kapitalisme en bureaucratie, die dicteren wat de mensen moeten denken, ofwel welke vorm de publieke opinie dient te krijgen. Private belangenpartijen spelen een sturende rol in de meningsvorming en ondergraven daarmee de autonomie die aan het publieke debat ten grondslag moet liggen. De publieke opinie is zo niet meer een product van het eigen denken en de ontvangst van ideeën die eveneens het product van *eigen* denken zijn, maar een product dat voorgeschoteld wordt en zich ter consumptie aandient. Het resultaat is een passieve burger die een ondermijning van de democratie vormt.

Habermas stelt daarom dat veeleer non-publieke opinies het non-debat beheersen, waarmee hij bedoelt dat de publieke opinie niet meer een product is van een activiteit, namelijk die van zelfstandig nadenken en discussiëren met anderen op rationele gronden, maar het passieve product van maatschappelijke groepen wier meningen en levensstijlen min of meer vaststaan. Scherpzinnig merkt Habermas op dat voorheen slechts de *vorm* van culturele producten onderhevig was aan de wetten van de markt, bijvoorbeeld de toegang tot schouwburgen door het kopen van kaartjes, maar dat dat tegenwoordig ook voor de inhoud ervan geldt. Het resultaat zijn consumptieve massaproducten die vooral worden ontworpen ter ontspanning van een relatief laagopgeleide consumentenklasse.

Verschuiving heeft plaatsgevonden in de mechanismen van het journalistieke bedrijf. Volgens Schudson (1998) heeft het *Market Model* de overhand gekregen op het *Trustee Model*. In het Trustee Model was de *professionele* journalist verantwoordelijk voor het vergaren, selecteren en verspreiden van informatie onder de burgerij, volgens welk mechanisme informatie vooral top-down werd verspreid. In het *Market Model* daarentegen wordt het oor juist te luister gelegd bij het publiek en haar wensen, en treden adverteerders op als enige bemiddelaar die eventueel voor de journalisten een doelgroep selecteren. Kritiek op dit model is dat de journalistiek het publiek geeft wat het graag wil horen, in plaats van wat het nodig zou hebben.

Croteau en Hoynes (2001) sluiten zich goeddeels aan bij Schudson. Nog meer dan Schudson beklemtonen zij de toegenomen hang naar winst in de media, en dus het ontstaan van de zogenoemde corporate media. Zij onderscheiden een *Market Model* en een *Public Sphere Model*. Het eerste model heeft een sterke neiging om de mensen populaire zaken voor te schotelen, dat wil zeggen dingen die mensen op hun gemak stellen, in plaats van dat er ruimte is voor kritische kanttekeningen die mensen uitdagen om hun eigen wereldbeeld grondig te overdenken. Altheides aanduiding 'postjournalistiek' (1991) heeft min of meer dezelfde teneur. Ook in dit verhaal speelt het publieksvermaak een belangrijke rol, evenals bij O'Neill's (2012) hiërarchische ordening van nieuwswaarden waarbij hij het *celebrity*-fenomeen als belangrijkste nieuwswaarde aanmerkt. De heersende medialogica wordt door Philip van Praag en Kees Brants (2014) zelfs veelzeggend de logica van het publiek genoemd.

De meest omvattende analyse van de medialogica in Nederland en feitelijk een overzicht van de meeste bevindingen van artikelen uit de mediawetenschappen geeft het rapport van de Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling (RMO). In dat rapport uit 2003

staan de belangrijkste principes van de medialogica puntsgewijs opgetekend. Voor hun analyse stellen ze dat medialogica als ‘de selectie van informatie door journalisten op haar nieuwswaarde’ omschreven kan worden. In het rapport is te lezen dat de geraadpleegde academici, politici en journalisten opmerkelijk eensgezind zijn in de afwijzing van televisie als mogelijke bron van informatie, meningsvorming en discussie (RMO, 2003). Rosa van Santen en Liesbet van Zoonen (2009) constateren op basis van dit rapport dan ook dat spektakel, schandalen en opvallende persoonlijkheden thans de dienst uitmaken. De punten van de achtkoppige medialogica uit het RMO-rapport luiden: de snelheid waarmee het nieuws gebracht wordt, is steeds belangrijker geworden en het nieuws veroudert dientengevolge ook in steeds hoger tempo; de media brengen het nieuws volgens vaste interpretatieschema’s, in zogenoemde frames; *personalisering* gaat een steeds grotere rol spelen; de kijker moet zich kunnen identificeren met media-actoren; er is steeds meer sprake van meutevorming en hypes. Hierdoor treedt er een steeds grotere convergentie van de inhoud van de berichtgeving op; het herhalende aspect wordt steeds belangrijker: steeds vertelt één bepaald shot het hele verhaal; journalisten hebben een interpretatieve rol aangenomen; burgers zijn steeds vaker in beeld; de media volgen niet langer slaafs de politieke agenda, maar doen zelf aan *agenda-setting*. Verschillende van deze pijlers kunnen ondergebracht worden onder de paraplueterm marktwerking: door concurrentie centraal te stellen wordt de snelheid opgedreven en dit werkt eenvormigheid in de hand.

Dit beweert ook Pierre Bordieu, die met zijn *Sur la television* eveneens een panoramistische kritiek op het huidige televisielandchap geeft. Bourdieu ontleedt de grondstructuur van het handelen van journalisten, en hoe funest die is voor ons wereldbeeld, dat in toenemende mate gemediatiseerd is. Bourdieu merkt op dat onze nieuwsvoorziening slechts bestaat uit een ‘onhistorische opeenvolging van absurde gebeurtenissen’. Informatie wordt volgens hem verborgen, omdat journalisten vooral geïnteresseerd zijn in ‘exceptionele zaken’, datgene wat sensationeel en spectaculair is, en dat is zelden informatief of bevat een logische lijn ten opzichte van voorafgaande gebeurtenissen, vandaar ‘onhistorisch’.

Op het niveau van de analyse en de duiding heeft simpliciteit en strategische analyse de overhand. Met dat laatste bedoelt Bourdieu dat politieke actoren worden geanalyseerd op hun manoeuvres en hun verhouding ten opzichte van elkaar. Minder wát zij vinden, maar wat zij vinden *ten opzichte van* wat een ander vindt, wordt door analisten beschreven. Experts, *pundits*, opiniemakers, analisten en debaters die worden uitgenodigd bezitten volgens Bourdieu een gedeelde eigenschap: ‘*fast thinking*’. Verwijzend naar Plato suggereert hij dat

‘sneldenken’ een *contradictio in terminis* is: het leidt tot het uitschakelen ervan. Wat ervoor in de plaats komt is het opdienen van clichés of, Flaubert parafraserend, ‘ontvangen ideeën’ – hier weerklinkt duidelijk Habermas’ echo van de passieve, dus ‘non-publieke opinie’.

In het verlengde hiervan staat ‘de pluralistische staat van de televisie’ die volgens Bourdieu zeer laag is. Waar markttheoretici altijd bij hoog en laag hebben beweerd dat marktwerking diversiteit in de hand werkt, neemt hij in het journalistieke domein het omgekeerde waar: door de stevige competitie worden veel media in een uniform keurslijf gedwongen en treedt er, zoals het RMO-rapport al constateerde, een convergentie van nieuwsvoorziening en meningsvorming op. De snelheid waarmee programma’s zaken willen afhandelen, houdt ook verband met het door Bourdieu geconstateerde gegeven dat van een analyse alleen de conclusie belangrijk is, niet hoe men ertoe is gekomen. Verder merkt hij op dat de televisie een model geadopteerd heeft dat sterk leunt op het idee van ‘worstelen’: ‘there must be conflicts, with good guys and bad guys’. Enig programma dat zich aan bovenstaande tendensen wenst te onttrekken is er volgens Bourdieu toe veroordeeld een ‘esoteric fare for late at night’ te blijven.

Ook het in de literatuur veelbesproken proces van ‘mediatisering’ valt niet los te zien van de hedendaagse medialogica, omdat verschillende aspecten van de medialogica dominanter worden naarmate de mediatisering vordert. Mediatisering bestaat kortgezegd uit vier fases, waarin het stadium waarin de media de burger van informatie voorzien, gevolgd wordt door eerst de loskoppeling van de media van politieke instituties, vervolgens de berichtgeving wordt gedicteerd door nieuwswaarden als negativiteit en het hebben van een massabereik, en tenslotte politici en machthebbende instanties zich in zekere zin aanpassen aan de conventies en regelen van het mediabedrijf (Strömbäck, 2008). Dit betekent dat bijvoorbeeld politici en bestuurders hun uitspraken en persberichten omvormen naar het verwachtingspatroon dat de medialogica heeft geschapen.

Volgens Hall (1973) bestaan nieuwswaarden niet op zichzelf, maar zijn ze exponenten van een gevestigde ideologie, en als we hedendaagse waarden in een ideologisch discours zouden moeten onderbrengen, dan is het zoals uit bovenstaande is gebleken aannemelijk daarbij te kiezen voor de ideologievrije ideologie, zoals het neoliberalisme eens scherpzinnig is genoemd. Omdat in een marktmodel de burgers worden bediend naar hun onmiddellijke behoeften, en omdat in de markt de behoeften van de meesten gelden als de behoeften van iedereen, is de aandacht in de programmering almaar meer aan het overhellen naar entertainment in plaats van informatievoorziening en debatvorming. En waar desalniettemin

wordt vastgehouden aan de oude journalistieke waarden, worden deze almaar meer vermengd met populaire cultuurvormen. Veel programma's bestaan uit een mengvorm van informatievoorziening en vermaak, ofwel infotainment. Veel van de premissen van de medialogica vallen zeer overtuigend onder te brengen in het neoliberale discours, en zoals in het vervolg zal blijken staan ze in verband met de publieke intellectueel en zijn tanende invloed. Want of er te midden van deze marktwerking met zijn populariserende tendensen nog sprake kan zijn van een intellectueel geluid, is een zeer prangende vraag.

Onderhandelingsjournalistiek

Omdat er dus ook in de mediawereld sprake is van een markt die werkt volgens de mechanismen van vraag en aanbod, is de vraag wie er in de media zichtbaar zijn, onderhevig aan een proces van onderhandeling. De vraag- en aanbodmarkt van gasten van talkshows en debatprogramma's verdient dus nadere beschouwing, temeer omdat daar het publieke debat het meest prominent plaatsvindt. De vraag welk soort gasten het meest gevraagd wordt, en wie wat aan marktaandeel in te brengen heeft tijdens het onderhandelingsproces is daarom zeer relevant in het kader van dit onderzoek.

Er zijn verschillende redenen waarom een redactie een bepaalde gast aantrekkelijk kan vinden. Allereerst spelen de gebruikelijke eisen van welbespraaktheid, het belang dat een groot publiek aan een bepaalde gast hecht en een duidelijke integratie met de actualiteit een belangrijke rol (Kee, 2012). Daarnaast gaat het er echter voor wat betreft *Pauw en Witteman*, de voorloper van *Pauw*, om om 'op een hoger plan te komen'. Ook blijkt dat minder bekende personen een groter afbreukrisico hebben: om een minder bekend persoon te vragen voor een talkshow moet hij directer aansluiten bij de actualiteit dan een gearriveerd publiek persoon. Met andere woorden, redacties willen doorgaans zeker zijn van wat ze krijgen (Poort, 2013). Daarbij komt dat de populariteit van mediafiguren katalyserend werkt: als iemand eenmaal op de radar is, wil iedereen hem of haar uitnodigen. In tegengestelde richting kan iemand natuurlijk weer even snel uit beeld verdwijnen.

Uit Poorts empirische onderzoek kan ook de secundaire plaats van de publieke intellectueel in de pikorde van praatprogramma's worden afgeleid. Het blijkt namelijk dat eerst wordt gezocht naar iemand die de koppen van de betreffende dag heeft gevuld, en pas wanneer dat niet lukt, wordt de aandacht verlegd naar iemand die een rol vervult op het gebied van de duiding – een van de hoofdtaken van de publiek intellectueel. Redacties gaan vooreerst op zoek naar 'de gast van de dag', de nieuwsbepalende factor en pas wanneer dat

niet lukt, wordt naar andersoortige gasten gekeken. Een andere factor die in Poorts studie veelvuldig naar voren komt is de toegankelijkheid van de gast voor het grotere publiek. Zo stellen politieke redacteurs vaak gasten voor die door de algemene redactie worden afgeschoten. Uit bovenstaande zaken volgt dat de positie van de publieke intellectueel vooral secundair is, vooral omdat zijn werkzaamheden zich niet richten op het ‘harde nieuws’, maar op duiding en het blootleggen van bredere onderstromen van de actualiteit. Of de publieke intellectueel of een andere persoon die rol van duiding op zich neemt is bovendien nog maar zeer de vraag.

Tenslotte is er nog een andere veelzeggende factor, namelijk het gelijkschakelen van het niveau van de gasten. Het oogpunt van de redactie is daarbij vooral de synergie die ze willen creëren tussen de gasten (Poort, 2013). De vraag is of een publiek intellectueel kan verordonneren alleen naast personen van zijn intellectuele niveau aan tafel plaats te nemen. Of beter gezegd, aangezien veel erop duidt dat de machtspositie van de publiek intellectueel niet zo hoog is dat hij die eis kan stellen, is het de vraag of redactieleden van talkshows het wenselijk vinden om een schlagerzanger naast Jürgen Habermas te plaatsen.

De publiek intellectueel heeft vooral een duidende functie en lijkt dus op het eerste gezicht van secundair belang voor redacties, al moet in overweging genomen worden dat een eventuele *celebrity*-status hem wel op de eerste rang zou kunnen plaatsen. In zo’n geval is de vraag echter of hij er dan wel zit als publiek intellectueel, om visies uit te doeken te doen of dat hij er zit om redenen die meer met de prioriteiten van de talkshowredacteurs van doen hebben.

Infotainment: ‘het goddeloze opium van het volk’

De amusementswaarde is in veel mediaplatformen als leidmotief binnengedrongen, ook in het domein van de informatie-voorzienende journalistiek. De vermenging van informatie met amusement en luchtig vermaak wordt doorgaans infotainment genoemd. Neil Postman onderkende dit met zijn veelbesproken boek *Amusing ourselves to death* (1985). De meest fundamentele stellingname van Postmans werk is dat hij televisie niet enkel ziet als een kanaal waarvandaan informatie over de bevolking wordt verspreid, zoals een postkoets vroeger couranten afleverde, maar dat hij het medium beschouwt als een entiteit met een geheel eigen epistemologie. Waar voorheen een leescultuur bestond, heeft de televisie de maatschappij omgevormd tot de *Age of Showbizz*. Postman ziet nieuws in deze constellatie niet als iets wat informerend is maar als iets wat enkel bij de gratie van vermaak kan bestaan;

alle informatieve elementen zijn dan ook ondergeschikt aan de noodzaak tot amuseren. De vraag is dus maar in hoeverre de term infotainment een eufemisme van de entertainmentcultuur is. Omdat televisie in de loop van de 20^{ste} eeuw onze belangrijkste cultuurdrager is geworden, *is de televisie onze cultuur: Television is our culture's principal mode of knowing about itself* (p. 92).

Thussu wijst op de schadelijke gevolgen van infotainment, omdat het volgens hem een *mindset* is waarin intellectuele nieuwsgierigheid en rationeel wikken en wegen zijn gemarginaliseerd en emotionele behoeften en irrationele impulsen van het grote publiek maatgevend geworden zijn (2007). Hij noemt de infotainment-cultuur zelfs de motor van wat hij placht te noemen ‘neo-imperialisme’, waarmee belanghebbenden de massa afgeleid houden, haar ervan weerhoudt kritisch na te denken. Dit voorkomt volgens Thussu dat het neoliberalisme zelf tot onderwerp van debat en kritiek wordt. We kunnen dus wel stellen dat de genius van het neoliberalisme erin bestaat dat het een systeem heeft georganiseerd waarin de mensen elkaar om niemendal beconcurreren, want als je elkaar bevecht is er geen tijd meer over om het systeem te betwisten. Ook Herman en Chomsky (1988) noemen entertainment een ideologisch paardenmiddel. Het is de ‘ideologie’ van apathie, van jezelf geen vragen meer stellen, maar het milieu, de cultuur waardoor je omgeven wordt voor volstrekt vanzelfsprekend aannemen. Zogenaamd zou de markt de keuze aan de burger overlaten, maar dit is een misleiding; het zijn de adverteerders die de burger een zeer beperkt palet aan keuzes voorschotelen. Het is niet dat burgers het eens zijn met alle dingen die plaatsvinden; het zijn de adverteerders die de burger de keuze onthouden hiertegen protest aan te tekenen (Herman en Chomsky, 1988).

De marktsuprematie heeft volgens Scheuer (2001) een ‘Sound Bite Society’ geschapen, waarin alleen nog eendimensionale frases worden uitgesproken. Wat ontbreekt, is wat Postman context noemt. Er is slechts ruimte voor vlot aandoende zinsneden zonder dat iemand acht slaat op de context waarin deze tot stand zijn gekomen. Een ander kwalijk gevolg van deze cultuur is dat er minder en minder mogelijkheden bestaan om afvallige meningen een groot bereik te geven. En hier komen we op het punt waarop de positie van de publiek intellectueel in het gedrang komt, daar hij zich uitsluitend laat voorstaan op zijn eenzellige, dikwijls tegendraadse mening. Het is volgens Thussu niets anders dan ‘market censorship’, waarin minderheidstandpunten er vanzelf uit worden gefilterd.

Het marktimperatief heeft een publiek in het leven geroepen dat het niet meer opbrengt om écht kritisch na te denken over het handelen van de machtsgrémia in de samenleving.

Herman en Chomsky zien dit als een ‘propaganda model’, waarin de media in verdeckte vorm handelen naar de belangen van de machthebbers van de samenleving. Hierdoor drijven ze steeds verder af van hun taak als waakhond van de democratische samenleving. Men kan daar tegenin brengen dat experts dikwijls ten tonele worden gevoerd om verschillende geluiden te laten horen, maar hier keren Herman en Chomsky zich faliekant tegen. Experts zouden enkel worden geïnviteerd om de gebruikelijke strekking van het nieuws – dus datgene wat als *nieuwswaardig* wordt beschouwd – te bevestigen. Dissidente meningen komen voor, maar volgens Herman en Chomsky is het de ‘pracht van het systeem’ dat zulke geluiden vakkundig in de marges worden gehouden. Het geeft te denken waar de publieke intellectueel zich bevindt; in de marges of in het centrum van de aandacht.

Herman en Chomsky zien als economische structurering van het mediawezen de dominantie van het corporate model van de grote conglomeraten. Veel media maken daarvan deel uit en laten zich bewust dan wel onbewust door de normen van dit model leiden. Als gevolg raken objectiviteit en onafhankelijkheid steeds meer gecompromitteerd. Deze centralisatie, zo niet kartelvorming van de media, laat Ben Bagdikian in zijn *Media Monopoly* (1983) met harde cijfers zien: in slechts tien jaar tijd, van 1980 tot 1990 is het aantal mediabedrijven in Amerika geslonken van vijftig naar drieëntwintig. Bagdikian concludeert uit deze ontwikkelingen dat de rol van het individu in deze samenleving niet meer dezelfde is als voorheen. Het is immers een aloude economische wet dat monopoliseren tot minder concurrentie, dus tot een grotere eenstemmigheid en minder dissidentie leidt. Wederom is de vertaalslag naar de positie van de publieke intellectueel schier onvermijdelijk: hij is immers het individu bij uitstek. Door de commerciële dwang besteden journalisten steeds minder tijd aan gedegen onderzoeksjournalistiek, en moeten zij vanwege de snelheid waarmee het nieuws zich vandaag de dag verspreidt vooral zo snel als mogelijk een nieuw nieuwsbericht de ether in slingeren. Dat heeft bijvoorbeeld tot gevolg dat wanneer er een nieuw overheidsrapport wordt uitgebracht, journalisten niet meer de moeite nemen dit rapport eigenhandig met een kritisch oog door te nemen, maar dat zij met een telefoontje een expert raadplegen van wie zij feitelijk maar één ding vragen: een enkele quote die goed verkoopt (Herman en Chomsky, 1988; Bagdikian, 1983).

Graber (1994) concludeert in haar onderzoek naar het perspectief van redacteuren op infotainment dat nieuwsprogramma’s wel het antwoord op de ‘wie’-, ‘wat’-, ‘wanneer’- en ‘waar’-vragen geven maar in veel mindere op de ‘waarom’- en ‘hoe’-vragen. Dat is veelzeggend, want de laatste twee vragen zijn niet toevalligerwijs het voornaamste

interessegebied van de publieke intellectueel. Uit deze vaststelling dat ‘waarom’ en ‘hoe’-vragen niet afdoende worden beantwoord, trekken de auteurs de conclusie dat de inhoudelijke aspecten overvleugeld worden door de amusementswaarde van het nieuwsprogramma. Een nieuwsprogramma krijgt volgens Graber een tegenstrijdig karakter; het is opgesteld uit een ongemakkelijke mix van journalistiek en showbizz. Bijvoorbeeld aan de manier waarop bepaalde feiten gepresenteerd worden kleef een sterk dramaturgisch element. Een nadruk op het visuele element is een voorbeeld van zo’n dramaturgische ingreep van de redactie. Postman heeft uitgelegd wat dit voor een gevolgen kan hebben.

De theorie van de neerwaartse spiraal en ‘culturele sedatie’ die infotainment in gang heeft gezet vindt geen unanieme weerklank, omdat sommige wetenschappers juist het tegendeel als resultaat zien, namelijk dat *dankzij* het vertierelement burgers betrokken raken. Zo betoogt Kees Brants (1998) in zijn analyse van de Nederlandse verkiezingen van 1994 dat de theorie van infotainment als ultiem machtsmiddel om de burger af te leiden van zaken die er werkelijk toe doen, een overschatte assumptie is. Hij stelt dat de gebreken die de theoretici aantreffen meer te maken hebben met hun verwachtingspatroon dan met de werkelijkheid: zij gaan er gemakshalve van uit dat iedere burger zich wel goed moet laten informeren, en dat als dit niet gebeurt de democratie wordt ondermijnd. Hij betoogt dat juist een goede mengeling van vermaak, spektakel en informatie een brede bevolkingslaag kan mobiliseren die anders niet warm zou lopen voor het politieke proces.

Er kunnen hier meerdere bezwaren tegenin worden gebracht, waarvan de belangrijkste is dat het er niet om gaat *of* het publiek naar de stembus wordt bewogen, maar *of* het door gedegen nieuwsvoorziening en goede duiding in staat wordt gesteld goede afwegingen te maken. Wordt hij geconfronteerd met de weifelachtigheid van zijn eigen vooronderstellingen? Komt hij in aanraking met andere denkbeelden dan die uit zijn eigen omgeving? En welke figuren heeft de televisie aangewezen om de kijker te informeren c.q. intellectueel te stimuleren? Visueel bombast prikkelt natuurlijk onze zinnen en werkt op onze emoties in. Helaas leidt dit sensationisme wel af van onze rationele capaciteiten en deze hebben we nodig om greep te krijgen op complexe materie. Als aan deze voorwaarden niet wordt voldaan is iedere stem vanzelfsprekend een onwetende stem. Dat iedere stemgerechtigde in Nederland ook automatisch goed geïnformeerd is, is natuurlijk ook wel utopisch wensdenken, maar waarom we dan maar cynisch omarming van het tegendeel moeten nastreven, is mij een raadsel. Verder is het nog maar de vraag of programma’s die Brants als informatief aanmerkt, dat daadwerkelijk zijn. Een ander bezwaar is dat Brants zich niet afvraagt welke van de twee in

een mengeling van vermaak en informatie bij de kijker blijft hangen, de lach of het feit. Wetenschappelijk onderzoek hiernaar zou dus zeker van belang zijn.

Er bestaat ook een middenpositie waarin weliswaar geconcludeerd wordt dat politiek engagement versterkt *kán* worden door elementen van infotainment in te voegen in talkshows en dergelijke, maar dat deze vlieger niet opgaat voor *álle* lagen van het electoraat (Moy, Xenos en Hess, 2005). Zo zijn vooral blanke personen en oudere mensen geneigd om naar de stembus te gaan, en is het effect van infotainment op andere bevolkingsgroepen dus nihil. Over het effect van infotainment op politieke betrokkenheid zeggen zij dat vooral degenen die al politiek onderlegd zijn er profijt van hebben, terwijl het voor de niet goed ingevoerde burgers geen effect heeft. Moy, Xenos en Hess tonen verder aan dat infotainment niet als een monolithische, vastomlijnde eenheid moet worden beschouwd, maar dat de verschillende variaties in ogenschouw moeten worden genomen. Zo laat hun onderzoek zien dat *late-night comedy talkshows* een grotere relatie hebben met politieke conversaties dan een talkshow als die van Oprah Winfrey. Het is zeker zo dat niet iedere show met een bepaalde mate aan amusement door de bank genomen moet worden als infotainment en op een schadelijk manier ‘de burgerconsument verstrooit’.

Hoe dan ook lijkt er overwegend consensus te bestaan over de dominantie van infotainment in de media. Verschillende auteurs wijzen op de schadelijke effecten daarvan op het democratische proces. Het burgerschap wordt uitgehold en wat overblijft is een passieve burger die alles aanneemt zoals het hem wordt voorgeschoteld. Voor dit onderzoek is het van belang deze theses te toetsen en ze in verband te brengen met de positie van de publieke intellectueel. Als lichtvoetig amusement elke vorm van inhoudelijke reflectie en kritisch denkvermogen verdrijft, is het verdwijnen van de publieke intellectueel dan een logisch gevolg of moet de publieke intellectueel zich noodgedwongen aanpassen om nog aantrekkelijk gevonden te worden door redacties?

...

Wanneer we bovenstaande analyses in verband brengen met de aard van de intellectueel, lijkt er het een en ander voor te zeggen dat de medialogica hem niet alle ruimte laat om te opereren op een desgewenste manier, dat wil zeggen op een manier waarop er volledige intellectuele vrijheid bestaat. Zeker het consensusgerichte gehalte van tv-analyses zou van intellectuelen,

die er nu juist toe genegen zijn geijkte visies te betwisten, nuanceren of verwerpen, een ongewenste actor maken. Ook wordt het vermoeden opgeworpen dat de onderhandelingspositie van de intellectueel bij redacties van reguliere programma's niet bijzonder hoog is, aangezien de ruimte voor serieuze duiding in toenemende mate lijkt te worden beperkt door de wildgroei van de amusementsindustrie. Om de kijkcijfers op peil te houden wordt de burger gepaaid met makkelijk te verhapstukken amusement, in lijn met de gedachte die door Walter Lippman is verwoord: 'it is often such a relief when the talk turns from "general topics" to a man's own hobby' (1922). En hobby's staat hier ook nog voor plat vermaak. De theoretische dwarsverbanden tussen medialogica en de positie van intellectuelen die ik hier heb gemaakt, staan klaar voor empirische toetsing.

3 Methode en uitvoering onderzoek

3.1 Methodologische verantwoording: interviews

Het doel van het soort interviews dat ik afneem is in de eerste plaats om menselijke ervaringen, dat wil zeggen hoe de respondenten dingen hebben beleefd, vast te leggen. Dat betekent dus dat ik op zoek ga naar ervaringen, in de vorm van anekdotes of het uiteenzetten van een belevenis. Uit deze ervaringen probeer ik algehele principes te destilleren. Deze werkwijze houdt volgens Mason (2002) in dat het geen puur empirische data zijn die je construeert, maar eerder, in Masons woorden, inductief gegenereerde concepten. Deze epistemologische visie omarm ik. Hoewel het interview informatie moet opleveren, bestaat deze informatie niet louter uit te verifiëren feiten. Dit sluit nauw aan bij de zogenoemde constructivistische manier van data-analyse van interviews: de onderzoeker streeft naar ‘the construction and reconstruction of knowledge more than the excavation of it’. (Mason 2002) Omdat bijvoorbeeld nooit exact kan worden nagegaan op welke manier een redactielid tot de keuze voor zijn gasten kwam, noch, zover bekend, algehele selectiecriteria aan een groot prikbord in de kantine hangen, gaat het om de ervaring die het redactielid heeft bij de overwegingen die hij maakt in het uitnodigen van gasten in bepaalde gevallen en onder bepaalde omstandigheden.

Mijn doel is niet om rechtstreeks aan de respondent te vragen ‘hoe hij of zij denkt over de exponentiële neergang van de publieke intellectueel in de afgelopen veertig jaar’ of iets dergelijks, maar op zoek te gaan naar concrete verhalen, die later door mij worden omgezet in verklarende concepten. Toch valt het te verwachten dat de geïnterviewde de vrijheid neemt om wel abstracte bespiegelingen ten beste te geven, door bijvoorbeeld uiteen te zetten hoe hij de veranderingen *bezielt*, welke *bijgedachten* hij heeft bij bepaalde verschijnselen, hoe hij denkt dat *iets zo is gekomen*, et cetera. Deze benadering van een vraaggesprek komt in zekere zin in de buurt van het fenomenologische interview (Roulston, 2010). Dat betekent dat het, hoewel ik de intentie heb om het interviews epistemologisch op te zetten, onverstandig zou zijn als ik mensen wier meningen en denkbeelden rechtstreeks aan hun ervaringen ontspruiten, niet de kans zou geven over die meer abstracte ideeën uit te wijden. Maar de insteek van de vraaggesprekken is dus *voornamelijk* om uit anekdotisch materiaal algemeenheden te construeren, en op deze gedachte zijn de vragenlijsten dan ook gebaseerd.

Hoewel het exacte verloop van mijn vraaggesprekken waarschijnlijk pas op het moment van plaatsvinden bekend zal worden, zijn er enkele richtlijnen met betrekking tot het afnemen van de interviews waaraan ik me zal houden. Omdat het een kwalitatieve methode bij uitstek betreft, zal ik louter aansturen op open vragen en wanneer het een ja/nee-vraag betreft aansturen op een verklaring achter de keuze die de respondent op de ja/nee-vraag maakt, waardoor het in tweede instantie toch een open vraag betreft. Een ander methodisch hulpmiddel is het stellen van wat met geen Nederlandse term doeltreffend kan worden aangegeven: ‘*open probes*’. Bijvoorbeeld: ‘u bracht zojuist dit standpunt naar voren, kunt u daarvan een voorbeeld geven?’ (Roulston, 2010).

Om iemand goed te laten reflecteren, zal hem voldoende ruimte worden geboden om over zijn persoonlijke situatie uit te wijden. Door middel van vraagstelling kan bijgestuurd worden zodat altijd de algemene lijn van de vragenlijst wordt aangehouden. Om een hypothetisch voorbeeld te geven, als de respondent een gecompliceerd exposé houdt over de relatie tussen zijn politieke overtuigingen en de populariteit die hij al dan niet geniet bij redacteurs van praatprogramma’s heb ik controlevragen als ‘Dus u zegt dat uw conservatieve stellingnames redactieleden wantrouwig maken?’ gebruikt. De geschetste methodiek wordt gebruikt in de interviews met zowel de intellectuelen als de redacteurs.

3.2 Interview: mediawetten

Mijn onderzoek naar de medialogica richt zich op talkshows, debatprogramma’s en programma’s waarin een-op-een diepte-interview centraal staat. In het laatste soort programma staat de levensloop en carrière van de uitgenodigde gast in een rechtstreeks interview centraal. Het is hier dus meer te doen om het geven van een kenschets van desbetreffende persoon. Deze interviews gaan meer de diepte in en staan verder af van de actualiteit dan talkshows en mogen derhalve zeker niet ontbreken in mijn repertoire. In dit kader is gekozen voor *Zomergasten*.

Daarnaast zijn dagelijkse of wekelijkse praatprogramma’s en debatfora een platform waarop de publiek intellectueel zich zou kunnen manifesteren als explicateur van de actualiteit en hedendaagse verwickelingen. Omdat publiek een brede reikwijdte impliceert, heb ik de volgende praat- en discussieprogramma’s geselecteerd: *OBA Live* (radio), *Het Filosofisch Kwintet* en *Buitenhof*. De meer gangbare talkshows, met een grotere hang naar vermaak, zoals *Pauw*, *Jinek*, *RTL Late Night* en *M*, willigden mijn verzoek voor een interview niet in en slechts één van deze talkshows gaf een reden op. Met een redactielid had ik een

belafsprak, maar de afspraak werd niet nagekomen en herinnering aan de afspraak kreeg ook nul op rekest. Verder moet gezegd dat interviews met zegslieden van programma's een beperking opleveren: zij geven slechts visies weer en je hebt nooit een garantie dat zij het achterste van hun tong laten zien. Idealiter zou men bij alle praat-, discussie- en actualiteitenprogramma's in Nederland eens een dag moeten meelopen op de redacties als incognito observator om een echt beeld te kunnen krijgen. Helaas wordt alles wat het echt waard is te onderzoeken, verborgen gehouden.

Om de deelvraag naar de medialogica te beantwoorden, heb ik onderstaande televisie- of radioprogramma's en hun redacteurs geselecteerd. Hierbij dient opgemerkt te worden, dat het deze programma's zijn die in Nederland nog een zekere waarborg hebben ingeruimd voor inhoudelijke zaken. Dat betekent dus, dat wanneer er bijvoorbeeld geconcludeerd zou worden, dat deze programma's tot op zekere hoogte nog ruimte geven aan intellectuelen, dat deze uitkomsten geenszins kunnen worden gegeneraliseerd naar een oordeel over het algehele peil van praatprogramma's in Nederland. Toch zijn vanuit een bepaald oogpunt juist de responsies van Nederlands meest inhoudelijke programma's niet te verwaarlozen. Juist van de programma's die een traditie hebben in maatschappelijke relevantie en serieus debat, is het interessant te onderzoeken of zij de inhoud in een tijd van gestage opmars van *tabloid logic* overeind weten te houden.

Respondenten onderzoek naar medialogica

Naam	Programma	Type programma	Functie respondent	Datum	Duur (min.)
Jurgen van Uden	Zomergasten	Een-op-een diepte-interviews	Hoofdredacteur	19 juni 2018	32
Rina Spigt	OBA Live	Literair en politiek interviewprogramma	Eindredacteur	26 juli 2018	33
Jules Ruijs	Het Filosofisch Kwintet	Debatprogramma	Redacteur	6 augustus 2018	46
Leonard Ornstein	Buitenhof	Discussie- en interviewprogramma	Politiek redacteur	26 augustus 2018	51

Naast de programma-specifieke vragen die ik de respondenten voorleg, gebruik ik een standaard vragenlijst. Onder programma-specifieke vragen versta ik vooral voorbeelden die het een en ander kunnen blootleggen over het karakter van het programma, en deze dienen vooral als aanknopingspunt voor een meer algemene beschrijving. De algemene vragen zijn in principe toepasbaar op ieder programma. Hoewel ik niet alle algemene vragen direct stel, omdat enerzijds respondenten bepaalde vragen al meenemen in hun antwoorden op andere vragen en anderzijds de programma-specifieke vragen min of meer al een algehele vraagstelling in zich dragen, moet ik achteraf met behulp van de responsies in staat kunnen zijn de algemene vragen te beantwoorden.

De eerste vragen hebben als doel een algemene karakterisering van het desbetreffende programma te geven. Door te vragen naar het doel van het programma en haar karakteristieken wordt vanzelf al veel informatie weggegeven over de medialogica en de invloed daarvan op de positie van intellectuelen. Ook het verzoek aan het begin van het interview om een korte, demografische schets van de doelgroep van het programma te geven kan veelzeggend zijn, omdat ieder programma tot op zekere hoogte rekening houdt met de wensen van de kijkers die het probeert te bereiken. Omdat de co-constructie van presentator en geïnterviewde belangrijk is voor het creëren van informatie en duiding, en je met andere woorden wel een goed ingevoerde intellectueel aan tafel kan hebben, maar dat niet automatisch betekent dat er ook daadwerkelijk een kwaliteitsrijke bijdrage tot stand komt, is gevraagd naar de chemie tussen presentator en intellectueel die het programma tot stand probeert te brengen. De zogenoemde ‘schaal van infotainment’ spreekt voor zich: in hoeverre zijn inhoud en kwaliteit een belangrijk oogmerk van de redactie, en tot op welke hoogte mag er luchtigheid bestaan in het programma?

Verder wordt gevraagd naar de rationale op basis waarvan redacties tot hun gastenkeuzes komen. Dat deel van het gesprek zal een verkennend gehalte hebben. Omdat criteria niet aan het gesternte geschreven staan, is het zaak de respondent hierover rustig hardop te laten nadenken. Verder wordt gevraagd naar de algemene ambiance, dus ook die tussen andere gasten, die het programma beoogt tot stand te brengen. Ook in deze gaat het om een *karakterisering*, een verkennend proces in dat het meteen een eenduidig antwoord moet opleveren. Verder wordt gevraagd naar het doel van de gesprekken an sich: is het om ‘de geïnterviewde aan de kaak te voelen’, om falsificaties in diens verhaal aan het licht te brengen, of om de geïnterviewde slechts zijn visie uit de doeken te laten doen?

Om een net iets dieper idee te krijgen van het doel waarmee gasten aan tafel zijn uitgenodigd, wordt gevraagd in hoeverre er plaats is voor ‘bredere bespiegelingen’, of de gast beschouwend, hardop wegend te werk moet gaan of dat hij er meer zit om zijn mening te ventileren, tot op welke hoogte oordelend vermogen, in plaats van enkele informatievoorziening gewenst is, of interpretatie of slechts een beschrijvende toon wordt beoogd, et cetera. Om de medialogica te doorgronden, is gevraagd in hoeverre naamsbekendheid een rol speelt in het uitnodigen van gasten, in welke mate aansluiting bij de actualiteit een rol speelt en hoezeer het gesprek van de dag wordt gevolgd in de keuze voor onderwerpen en gasten. Tot slot is het belangrijk om te weten of gasten behoudens hun inhoudelijke waarde nog over andere eigenschappen moeten beschikken, willen zij aantrekkelijk zijn voor redacties.

3.3 Interview: publieke intellectueel

Aan de hand van de inzichten uit de theorie, zoals besproken in hoofdstuk 2, heb ik de belangrijkste kenmerken opgesteld van wat een intellectueel is. De criteria hebben allerm minst de pretentie vaststaand en alom geldig te zijn, maar hebben vooral een praktisch doeleinde: het zijn ‘*sensitizing concepts*’ en dienen als richtsnoer om intellectuelen te identificeren en aldus te benaderen voor een interview.

- 1) De publieke intellectueel heeft een zekere graad van originaliteit in zijn geschreven werk. Hiermee bedoel ik dat de kern van zijn werk sterk autonoom is, slechts ingegeven door zijn hoogstpersoonlijke gedachten en niet of nauwelijks door een instantie opgelegd wordt of door belangen van politiek-ideologische, commerciële of andersoortige aard ingegeven zijn.
- 2) De publieke intellectueel heeft *morele autoriteit*. Dit hangt nauw samen met de ‘sociale accreditatie’ (Eztoni en Bowditch 2006) : het geeft aan dat iemand wordt gezien als een onderlegd en nadenkend man of vrouw, en dat hem of haar daarom een platform wordt geboden om standpunten en visies te berde te brengen. Hij heeft een bepaalde taak, die anderen niet of minder hebben, en die taak is vooreerst gelegen in zijn basisattitude van kritiek. Daarom, omdat die kritiek onontbeerlijk is voor de uitvoering van zijn rol, verwordt hij zo vaak tot een soort iconoclast van de communis opinio. Het is zijn taak immers om het consensusdenken van het grote publiek te nuanceren, te tarten of op gepaste momenten ronduit te verwerpen.
- 3) De publieke intellectueel is belezen, en derhalve in staat zich een oordeel te vormen over brede variëteit aan onderwerpen. Dit doet hij in eerste instantie in een krant of

weekblad in de vorm van columns of essays, of door een essayachtig boek uit te brengen. Specialisatie in een klein, nauw afgebakend onderwerp is dus a-intellectueel, en hoewel iedere intellectueel ongetwijfeld enkele stokpaardjes heeft, is hij niet enkel een expert op een nauw omsloten gebied.

- 4) De publieke intellectueel is *geëngageerd*. Dat houdt concreet in dat hij zich, hoewel het niet zijn enige werkzaamheid hoeft te zijn, met regelmatig zich uitlaat over actuele verschijnselen, tendensen en gebeurtenissen. Een filosoof die zijn hele leven artikelen over Fichte publiceert in vakfilosofische tijdschriften is in principe geen publieke intellectueel. Een filosoof die zijn brede vakkennis gebruikt als opstappunt om hedendaagse verschijnselen te duiden, en daarbij niet blind is voor alle historische, sociologisch en politieke aspecten van de kwestie, is dat wel.
- 5) Als criterium voor de publieke status van de intellectueel heb ik hier het verschijnen op televisie of radio genomen. Op een enkele intellectueel na, is iedere intellectueel ten minste eenmaal in een radio- of tv-programma te gast geweest.
- 6) Een criterium dat verband houdt met zijn publieke status is de persoonlijkheidscultus, hetgeen echter geen voorwaardelijk criterium is, in elk geval veel minder dan bovenstaande. Toch niet verwaarloosbaar als kenmerkend aspect van de publieke intellectueel omdat het recht dat hem wordt verleend om op televisie en in kranten algemene duidingen te verkondigen, soms sterk verband houdt met de cultus rond zijn persoonlijkheid.

Op basis van deze criteria heb ik de volgende personen geïnterviewd. Hiermee heb ik niet *alle* levende intellectuelen in Nederland geïnterviewd, ook omdat sommigen niet op mijn uitnodiging reageerden, en ik ongetwijfeld de een of de ander over het hoofd heb gezien. Toch geloof ik dat de respondenten een aardig beeld geven van het intellectuele klimaat in Nederland, omdat de intellectuelen niet in honderdtal zijn, en ze de totale groep door hun typerende intellectuele kenmerken goed afdekken.

Publieke intellectuelen uit Nederland

Naam en geboortejaar	Beroep	Datum afname	Duur (min.)
Maarten van Rossem (1943)	Historicus	8 juni 2018	35
Rob Hartmans (1959)	Journalist/historicus	25 juni 2018	188

Geerten Waling (1986)	Historicus	28 juni 2018	112
Meindert Fennema (1946)	Politicooloog	5 juli 2018	70
Hermann von der Dunk (1928- 2018)	Historicus	9 juli 2018	81
Dick Pels (1948)	Socioloog	11 juli 2018	95
Thomas von der Dunk (1961)	Freelancer	16 juli 2018	132
Thijs Kleinpaste (1989)	Historicus	31 juli 2018	38
Casper Thomas (1983)	Journalist	2 augustus 2018	41
René Cuperus (1960)	Freelancer	13 augustus 2018	115
Anton Zijderveld (1937)	Socioloog	21 augustus 2018	107
Merijn Oudenampsen (1979)	Socioloog/Politicooloog	23 augustus 2018	116
Abram de Swaan (1942)	Socioloog	3 september 2018	106

Om de tweede deelvraag te beantwoorden, *Welk beeld geeft de publieke intellectueel van de media en hoe ervaart de publieke intellectueel als gevolg hiervan zijn positie in de media?* is het uitgangspunt van mijn onderzoek een vragenlijst van algemene aard geweest. Daarnaast leg ik hen enkele gebeurtenissen uit hun persoonlijke loopbaan voor, die eventueel iets over hun positie als publieke intellectueel zouden kunnen blootleggen. Wanneer de algemene vragen uit de vragenlijst niet direct gesteld zijn, zijn ze min of meer meegenomen in het antwoord van de respondent op een andere vraag, of lag deze al besloten een persoons-specifieke vraag.

In het begin van het interview vraag ik of zij van hun deelname aan het publieke debat een schetsmatige geschiedenis willen geven, met als achterliggende gedachte hun motivatie hiervoor te peilen. Verder vraag ik met welke reden zij werden benaderd door redacties van praatprogramma's. Hoewel het interessant is om te kijken waarvoor ze *wel* gevraagd worden,

is het wellicht nog interessanter te zien waarvoor ze dat *niet* werden. Daarom zal ik hen vragen of er thema's zijn waarover zij geschreven hebben, maar die door de televisie of radio niet werden opgepikt of waarvoor anderen werden geïnviteerd. Daarnaast informeer ik uitgebreid naar de beweegredenen van hun verschijnen als publiek persoon: als zij ergens zitten, met welk doel doen ze dat? Op welke momenten besluiten ze te interveniëren in het publieke debat en hoe omschrijven zij hun bijdrage op zo'n moment? Tot slot kunnen vragen als 'of en waarom ze weleens op het matje geroepen zijn door redacties?', hoe er werd gereageerd op hun optredens, op welke manieren zij zichzelf in de markt prijzen en zichtbaar maken, en dergelijke uitsluitel geven over de medialogica en de positie van de publieke intellectueel als gevolg daarvan. Zoals zal blijken, gebruiken de intellectuelen deze vragen om een breder oordeel mee te nemen over de media en zijn logica.

3.4 Data-analyse interviews

Nadat de interviews getranscribeerd zijn, worden de uitkomsten onder de loep genomen met behulp van de kwalitatieve inhoudsanalyse. Naar de uitleg van Boeije (2005) is dit een methode waarbij de onderzoeker op zoek gaat naar patronen en zal hij ze van een interpretatie voorzien. Dat betekent dus dat de stukken die ik aanhaal representatief/exemplarisch zijn voor een groter deel van de dataset. Dit betekent echter niet dat de grootste gemene deler automatisch als 'de waarheid' zal worden opgevat, en ook minderheidsstandpunten in de eindconclusie betrokken zullen worden.

Deze werkwijze komt overeen met de *Grounded Theory* zoals die in de zestiger jaren door Glaser en Strauss is ontwikkeld (Charmaz en Belgrave 2012). Uitgangspunt van deze methodische theorie is de inductie, het van een bijzonderheid tot een algemene regel, een concept verheffen. Hierbij gaat het niet om het toetsen van hypotheses, maar veeleer om met een open, verkennende blik naar het onderzoeksobject te kijken. De onderzoeker dient verder transparantie te verlenen door zo nauwgezet mogelijk alle stappen (en vooral de interpretatieve) op schrift te stellen. Dat is niet alleen van belang voor derden om de analyse op waarde te kunnen schatten, maar tevens voor de onderzoeker zelf die door met precisie te werk te gaan zo veel mogelijk redeneratiefouten, over het hoofd geziene zaken etc. kan vermijden. Bovendien zal iedere getranscribeerde tekst ten minste tweemaal worden bestudeerd, om de kans op interpretatiefouten te minimaliseren.

In mijn analyse maak ik gebruik van *sensitizing concepts*. (Bowen, 2006) Dit zijn concepten die ik zie als beginpunt van mijn analyse, als leidraad om niet volledig

onbemiddeld het onderzoeksproces in te gaan. Zij hebben ook de vragenlijst helpen opstellen. Deze methode is vergelijkbaar met de manier waarop men een interview ingaat: heeft men totaal geen notie van de concepten die ter sprake komen, kan men onmogelijk een goede vraag stellen; heeft men echter al een vastomlijnde definitie in het hoofd, loopt men de kans blind te zijn voor andersoortige resultaten en al het resulterende materiaal krampachtig onder een vooropgezet stramien te scharen. Dit hulpmiddel is bedacht door Blumer (1954) juist om de beperkingen van de sociale wetenschap op te vangen. Hij merkte toentertijd dat in zijn vakgebied de empirie vaak kunstmatig werd aangewend om er een vooropgezette theorie mee op te tuigen, met het averechtse effect dat de theorie steeds meer haar empirische fundering kwijtraakte. In de plaats van voor definitieve, vastomlijnde concepten pleitte hij dus voor concepten die meer een ‘sense’ dan een exact aanwijsbare entiteit representeren. Deze concepten vormen het antwoord op een problematiek die inherent in de sociale wetenschap besloten ligt: definitieve concepten bestaan niet, ook al moeten we altijd het *streven* hebben ze op het spoor te komen. Zie hier de ambiguïteit van de sociale wetenschap. Er is geen Platoonse abstracte wereld kenbaar waarin concepten organisch en zonder onderlinge afwijkingen gebruikt worden. Een gedegen *sensitizing concept* moet volgens Blumer worden verduidelijkt met treffende illustraties. Net zoals symbolen staan *sensitizing concepts* niet garant voor een feilloze weergave van de feitelijke wereld, voor een natuurgetrouwe weergave, maar slechts voor een gevoelsmatige, intuïtieve afspiegeling van wat wij menen te hebben waargenomen, hetgeen dus het best *geïllustreerd* kan worden.

Sensitizing concepts dienen in mijn data-analyse om de verschillende verklaringsmodellen voor bijvoorbeeld de neergang van de intellectueel thematisch van elkaar te onderscheiden. Ik kan in mijn transcripties bijvoorbeeld op zoek gaan naar zaken die duiden op ‘commercialisering’ of ‘infantilisering’. Andere *sensitizing concepts* hier van belang zijn: de rol van universiteiten, specialisering van kennis, de onderhandelingspositie van intellectuelen, *framing rationales* van redactieleden et cetera. Dit zijn dus bovenal voorlopige concepten; als bij het coderen blijkt dat er te grote restcategorieën ontstaan, blijkt vanzelf dat de *sensitizing concepts* (deels) herzien moeten worden. Het doel van ieder sociaalwetenschappelijk onderzoek is dan ook om *senses* te creëren, die getrouwer en exacter de werkelijkheid weerspiegelen dan de bestaande concepten voorheen deden.

4 Resultaten

Dit hoofdstuk is gestructureerd naar de pijlers van de medialogica, zoals die uit de interviews met intellectuelen en redactieleden naar voren zijn gekomen. Per pijler zal worden gereflecteerd of de intellectueel hierbinnen kan opereren, in hoeverre hem dat mogelijk wordt gemaakt en of hij iets van zijn ‘roeping’ moet inleveren, of anders gezegd zich moet accommoderen, wil hij zichtbaar blijven in de media. In de eerste paragraaf komt de algehele rationale van het selectieproces van gasten aan bod: op basis van welke gedachte maken redacties volgens de intellectuelen en de geïnterviewde redacteurs hun keuzes voor het uitnodigen van gasten? In de daarop volgende drie paragrafen zullen we kijken naar de concrete manifestaties van deze rationale.

4.1 De intellectuele nekslag van een winstbeleid

Het beeld dat de intellectuelen geven is dat er nauwelijks nog educatieve overwegingen bestaan bij de redacties. Volgens een respondent kan dit worden verklaard vanuit een neoliberale winstlogica bij de media en machthebbende instanties die geld beschikbaar stellen. Het commerciële *Leitmotiv* betekent dat er eenzijdig gefixeerd wordt op de kwantitatieve winst, ofwel kijkcijfers. En de televisiemakers stellen zich niet meer tevreden met een beperkte, geïnteresseerde doelgroep, maar zijn op zoek naar *het hoogst mogelijke aantal*, want hoe groter het aantal, hoe groter de omzet. En om zoveel mogelijk kijkers te trekken en te behouden, is het kennelijk niet wenselijk ze al te moeilijke zaken voor te schotelen.

Die redacties zijn natuurlijk (...) heel sterk beïnvloed door de kapitalistische economie van de snelheid. En snelheid betekent sneller omzetten, dat is weer meer winst. Dus winstvergroting is in dit geval: hoe krijg ik een zo groot mogelijk publiek? (...) Nu met de bezuinigingen op de NPO weer: massief geld uitgeven aan voetbal en bezuinigen op *Tegenlicht*. De commerciële media zijn daarmee begonnen, maar de publieke media hebben die stijl steeds meer overgenomen. – *Dick Pels*

Verschillende media zijn volgens de respondenten meegegaan in het simplistische discours: door de geringste vorm van complexiteit te weren, wordt het de burger erg gemakkelijk gemaakt. Dit betekent volgens een respondent dat het publiek op een paternalistische wijze wordt toegesproken. Steeds minder lijkt de insteek nog te zijn dat de onwetende kundig moet worden gemaakt, en de onderkant zich aan de bovenkant moet optrekken, maar plooiën media zich in tegengestelde richting naar de meest rudimentaire elementen in onze samenleving. Een

afbrokkeling van autoriteit is het onvermijdelijke gevolg, omdat media als het *NOS Journaal*, die vroeger duidelijk werden gezien als baken van informatievoorziening en journalistieke gedegenheid, kijkers met juist meer behoefte aan inhoud van zich vervreemden.

Als ze bij de publieke omroep nou wat minder uit zouden gaan van de domheid van de kijker en wat meer van de interesse van de kijker. Ik heb ook het gevoel dat we in een soort vicieuze cirkel zitten. Want *het NOS Journaal* bijvoorbeeld is in de loop van de tijd echt kinderlijker gaan praten tegen de kijkers; simpele woorden, korte zinnetjes. Daardoor hebben veel mensen zich ook steeds meer vervreemd van het *NOS Journaal*, want vroeger was het gewoon een autoriteit. – *Geerten Waling*

Deze versimpeling heeft als consequentie dat werken van hoog (wetenschappelijk) niveau steeds minder door de journalistieke ‘consensuscensuur’ komen en een groot publiek bereiken, zo hebben de intellectuelen ervaren. Ook uitgeverijen worden steeds meer een schakel in de kwantitatieve wedijver van een vraagmarkt; hetzelfde geldt voor stukken in kranten. Uit onderstaand citaat blijkt dat het intellectueel potentieel lijkt te verstommen, daar mensen met een hoog academisch niveau hun waar niet meer kwijt kunnen. Omdat de naam van onderstaande respondent al gevestigd was in een tijd dat de zaken er nog anders voorstonden, is het hem op een enkele keer na altijd gelukt zijn geschriften te publiceren. Je vraagt je gevoeglijk af wat er dan gebeurt met nieuw talent.

De uitgeverij is natuurlijk ook steeds meer ook uit op bestsellers. want ze hebben zware concurrentie door de digitale revolutie. Dus om een boek aan de man te brengen, moet je je boek ook populair maken. Het is mij tot nu toe altijd gelukt om mijn boeken uit te geven, omdat ik inmiddels op dat gebied wel een naam heb. Maar ik weet van veel mensen die uitstekend schrijven en belangrijke dingen te zeggen hebben, maar wel natuurlijk op een wetenschappelijk hoog niveau, waar uitgevers zeggen ‘niet te moeilijk voor ons, he’. (...) Dat is mij ook een enkele keer overkomen: ‘heel interessant, en ook wel nieuw, maar ja het is wel heel geleerd!’ – *H.W. von der Dunk*

Verskillende intellectuelen hebben ervaren dat journalisten, wanneer ze hun boeken bespraken, slechts het element uit het boek grepen dat aan de journalistieke verwachtingen voldeed, ofwel waarvan men verwachtte dat het effect zou sorteren bij het grote publiek. Dit leidt tot een eenzijdige verslaggeving van onderwerpen die velerlei dimensies hebben en minder simplistisch zijn dan ze door de journalistiek worden weergegeven. Door dit sterk begrensde denkkader kan de intellectueel zijn taak niet naar behoren vervullen, aangezien hij volgens de geïnterviewden juist als taak heeft de geijkte denkmodus open te breken. De kloof

tussen boek, waar je wel alle aspecten van de zaak kan incorporeren, en journalistieke verslaggeving is dus toegenomen.

Toen begon hij toch wel heel gauw met de vraag naar aanleiding van bepaalde kritische dingen die ik daar in dat boek noem ten aanzien van Nederland: ‘Ja’, zegt ie, ‘dat is toch eigenlijk een beetje wat Fortuyn zei. Hoe staat u tegenover Fortuyn?’ Toen ging dat hele interview alleen maar de kant van Fortuyn op, want dat wil iedereen horen, dat vindt iedereen interessant. (...) Dan krijg je een interview met een vooropgezette mening en die proberen ze duidelijk te maken. Ook in het verslag van dat interview stond dan een vrij eenzijdig beeld van wat ik gezegd heb. – *H.W. von der Dunk*

Enkele ondervraagde redacteurs geven aan tegenwicht te bieden tegen deze publieksgerichte aanpak. Het is volgens hen wijselijk hun kijkers niet altijd aan te bieden waar ze op zitten te wachten en hun wereldbeeld te bevestigen. Zo geeft de eindredacteur van *Zomergasten* aan dat hij er juist op uit is kijkers in hun wereldbeeld uit te dagen en daar in sommige gevallen zelfs welbewust tegenin te gaan. Het doel is hier dan ook ‘anti-neoliberaal’: niet de wensen van de *consument*, maar de behoeftes (= aan het denken worden gezet) van de *burger* staan centraal. De redacteur van *Het Filosofisch Kwintet* bevestigt dat zijn programma minder gefixeerd is op kijkcijfers, al blijft dit altijd een rol van betekenis spelen, want bijvoorbeeld in geval van twee gelijkwaardige gasten wordt de meest bekende uitgekozen.

Ik als eindredacteur zou heel erg willen bewaken dat we niet gasten uitnodigen die vertellen wat wij ook allemaal vinden. Dat zou ik heel oninteressant vinden. We hebben in de laatste twee jaar Abou Jahjah gehad, die toch behoorlijk aan de linkerkant van het spectrum zit, maar ook Rutte. Heel veel VPRO-leden vonden het helemaal niks: ‘die jongen is een antisemiet en Rutte is een zakkenvuller, van het grote bedrijfsleven’. Dan heb ik het gevoel dat we goed zitten, want het maakt dus veel los. – *Jurgen van Uden, eindredacteur Zomergasten*

Verschillende intellectuelen vertellen dat wanneer zij hun opwachting op televisie maakten, zij daar nauwelijks konden doen waarvoor ze naar hun mening waren uitgenodigd: het overdragen van alle kennis die zij over het besproken onderwerp bezitten. Een respondent beweert daarom dat hij op televisie niet veel meer is dan een ‘wandelede reclame voor zijn boek’. In het verlengde hiervan meent hij dat er een soort *celebrity*-cultuur rondom intellectuelen aan het ontstaan is. Ook de onderstaande anekdote van Maarten van Rossem is hier een voorbeeld van. Historici komen niet meer aan hun eigenlijke taak toe en lijken er eerder ‘als historicus’ zitten: het lijkt veel meer te gaan om het uiterlijk decorum. De media

laten zien dat hun gasten kennis in huis hebben, zonder dat die kennis ook daadwerkelijk wordt overgedragen.

Ik zou gaan optreden in het programma *Het Capitool*, een discussieprogramma van honderd jaar geleden [voorloper van *Buitenhof*, DvK]. Dat had iets met Amerika te maken en die directeur zegt tegen mij ‘Ja, mijnheer van Rossem, u moet wel een beetje oppassen dat u niet te ver teruggaat in de tijd, want dan begrijpen de kijkers er echt helemaal niks van. Meer dan tien jaar teruggaan in de tijd dat kunt u echt niet doen.’ Toen dacht ik: ‘waarom zou je in godsnaam historici vragen als je niet meer dan tien jaar terug in de tijd wil?’ – *Maarten van Rossem*

De intellectuelen menen dus dat de trend van het publieksgerichte denken funest kan zijn voor het intellectuele geluid in de media. Over het algemeen kan de intellectueel zijn waar steeds moeilijker slijten en dat lijkt hem te dwingen tot het dilemma ‘buigen of barsten’: of versimpelen of hij wordt niet meer gevraagd. Hiermee is echter niet gezegd dat deze geschetste ontwikkeling absoluut is, en verschillende redacteurs geven dan ook aan dat zij met hun programma daartegenin willen gaan, maar de strook waarop men de inhoudelijke factor naar de voorgrond kan brengen is bijzonder smal, en die strook wordt smaller naarmate televisieprogramma’s menen dat alles in dienst moet staan van het plezier van de kijker.

4.2 Het zoeken naar harmonie door de nadruk op *leuke* trivia

Een van de gevolgen van de neoliberale mediarationale is dat er volgens de geïnterviewde intellectuelen een voortdurende drang aanwezig is om het vooral gezellig en luchtig te houden. Dit leidt vanzelf tot de neiging om waarachtig relevante en eventueel gevoelige zaken uit de weg te gaan. En wanneer praatprogramma’s dan al maatschappelijk relevante onderwerpen ter sprake brengen, worden deze ‘aangelengd’ met entertainende elementen. Dat rijmt allerm minst met de stijl van intellectuelen: die zijn volgens de respondent hieronder eerder somber en pessimistisch en zijn ook minder genegen met de gepassioneerde, opzweepende flow van bepaalde programma’s mee te doen.

Een uitzending moet leuke filmpjes [hebben], anders blijven mensen niet zitten. Dus *De Wereld Draait Door* laat allemaal grappige filmpjes zien, allemaal van die blooperfilmpjes bijna. Ook *Jinek* heeft dat soort filmpjes. Het moet altijd een menging zijn van leuk, cabaret en moeilijk. Alleen intellectuelen zijn somber, die lijden aan de wereld. Dat is een heel andere mindset. Je moet ook pessimistisch kunnen zijn. Je moet meerdere scenario’s kunnen bedienen en daar [in talkshows, DvK] is sprake van maar één genre, namelijk optimistisch zijn, gepassioneerd. – *René Cuperus*

De geïnterviewde redacteurs staan hier tweeledig tegenover: een redacteur geeft aan dat korte filmpjes louter ter vermaak slechts een enkele keer moeten worden aangehaald, maar dat er over het algemeen een inhoudelijk verhaal omheen moet worden gebouwd, terwijl een andere redacteur toegeeft dat er af en toe capriolen moeten worden uitgehaald om meer, en ook minder intellectueel geïnteresseerde, kijkers/volgers aan zich te binden. Dit doet *Het Filosofisch Kwintet* door korte itempjes voor het online segment te maken. Opvallend aan onderstaand voorbeeld is de verkorting van de tijdsperiode, waarop een deel van het publiek klaarblijkelijk zit te wachten. Tevens blijkt uit de nadruk op het ‘persoonlijk verhaal’ dat *human interest* als een belangrijke publiekstrekker kan worden beschouwd.

Voor een doelgroep met de aandachtsspanne van een pak vla hebben we dus kortere interviews van 500/600 woorden. Dan kun je zeggen ‘ik lees ff dit interviewtje’. Voor *socials* hebben we dan weer fragmentjes geknipt, twee per uitzending. Onder meer een persoonlijke vraag en die levert dan weer een interessant antwoord op. – *Jules Ruijs, redacteur van Het Filosofisch Kwintet*

Meerdere intellectuelen beweren dat het accent niet ligt op datgene wat het voor het algemeen belang meest relevant is, maar slechts op de lichtvoetige kanten van de zaak. Onderstaand citaat geeft daarvan een voorbeeld. Essentiële vraagstukken die aan actuele gebeurtenissen ten grondslag liggen worden ingewisseld voor door het gevoel gestuurde meningen over hele triviale aspecten van dat vraagstuk. In onderstaand voorbeeld over de Amerikaanse president zien we daarnaast nog een voorbeeld van een ander punt, namelijk dat redacties aansturen op een bevestiging van de algemene opinie.

Als ik over Trump praat, vind ik het gewoon super interessant om het fenomeen te beschrijven. Maar in Nederland kom je er eigenlijk bijna niet mee weg als je niet eerst even zegt dat Trump een vreselijke man is. Niet dat ik fan ben van Trump, maar ik vind het zo afgezaagd, zo cliché. (...) Daar komt ook wel heel veel gevoel bij kijken, sommige mensen geven graag gevoelsopinies. Voor je het weet zit je alleen maar te praten over z’n golfbaan of over z’n tweets, terwijl je eigenlijk kwam met een analyse van hoe de Amerikaanse buitenlandpolitiek in elkaar zit. Daar moet je heel erg mee oppassen, als intellectueel. – *Geerten Waling*

Verder geven verschillende respondenten aan dat bepaalde onderwerpen überhaupt niet aan bod komen, zeker wanneer deze te complex ogen. We zien dat het representatieve karakter van de journalistiek, dat wil zeggen een afspiegeling geven van de zaken die in de wereld gaande zijn en van publiek belang zijn, wordt uitgehold.

Verscheidene onderwerpen komen niet aan de orde of maar zeer beperkt: de sociaaleconomische dieptestructuren van Nederland en veranderingen die zich daar in hebben voorgedaan. Ook politieke analyses, waarom is D66 een compleet mislukte partij, ideologisch gesproken, terwijl het systeem wel heel sterk verandert? We hadden laatst de grote reorganisatie bij de Nederlandse overheid. Zonder uitzondering mislukt en dit heeft zonder uitzondering geleid tot veel grotere problemen dan waarvoor ze bedoeld waren op te lossen. – *Maarten van Rossem*

Volgens verschillende respondenten zijn praatprogramma's er toch vooral op uit een behaaglijke, familiale sfeer te creëren aan tafel. Je zou het beeldend kunnen omschrijven als: binnen de familie wordt weliswaar wat gekibbeld, maar aan het eind van de avond krijgt iedereen een zak bonbons en drie zoenen op de wang mee. De hieronder geciteerde respondent noemt het zelfs een identiteitskwestie. Klaarblijkelijk is het er vooral om te doen erbij te horen, en minder om een onafhankelijke mening, ongeacht de gevolgen van dat standpunt, te berde te brengen. De eindredacteur van *OBA Live* bevestigt dit motief.

Ik denk dat dat toch een soort van familieding is; je voelt je toch onderdeel van een soort grote familie. Het is een soort identiteitskwestie. Dat je met je familie aan de tafel zit en je hebt een leuk gesprek of je hebt een heel vervelend gesprek, inclusief de vervelende oom die een politieke partij heeft waar je het niet mee eens bent, maar het is wel jouw familie. Dat is een soort huiselijkheid. – *Geerten Waling*

Dat deze zaken onderdeel van een *trend* lijken te zijn en volgens intellectuelen de curve neerwaarts lijkt te buigen, wordt bekrachtigd doordat verschillende intellectuelen programma's noemen die voorheen een veel meer duidende taak hadden en een grotere traditie in inhoud, de zwenk hebben gemaakt naar infotainment. Een respondent meent bijvoorbeeld dat *Buitenhof* zijn intellectuele taak, namelijk het faciliteren van uitwisseling van ideeën, enigermate verruild lijkt te hebben voor de puur journalistieke opdracht om nieuws te genereren. Niet de duiding ervan, maar de gebeurtenis zelf staat centraal. Een andere respondent noemt de talkshow op de late avond:

Het programma van *Pauw en Witteman* toen Witteman er nog bij was, was inhoudelijk aanzienlijk serieuzer dan wat *Pauw* er tenslotte van gemaakt heeft. Dat [*Jinek*, *DvK*] hartstikke gezellig is, daar bestaat geen twijfel over. – *Maarten van Rossem*

Ook de geschreven pers, die doordat het geschreven woord een intellectueler uitingsmiddel is van nature beter bestand is tegen de vervlakking, heeft zich volgens meerdere intellectuelen laten meevoeren door deze tendens. Hierbij komt met name het *NRC Handelsblad* er bepaald

niet goed vanaf: de trivialisering en de ‘prietpraat’ heeft ook hier zijn sporen getrokken. Oorzaak (of gevolg) is volgens een andere respondent ook dat de hotspots van het publieke debat, de columns en de opiniEPagina’s minder en minder door bijvoorbeeld eminente hoogleraren worden geschreven. Steeds meer worden (v)luchtige columnisten en andere lichtgewichten aan het woord gelaten.

In de *NRC* staan iets van 10 columns per dag, en van die 10 gaan er 8 over ‘mijn poes heeft op het tapijt gepoept’. Ik wil geen namen noemen, ook Aaf Brandt Corstius niet, maar ik vind dat een totaal verachtelijk genre. (...) Dat moet hooguit één iemand in de krant doen en dat heette vroeger een ‘entrefilet’, of een ‘feuilleton’ in Duitse kranten. Het zijn allemaal kleine ikjes. Ik vind dat helemaal niks. (...) Nu doet de *NRC* het soms niet slecht, maar ze hebben geen geluk met hun huidige hoofdredacteur. Beetje voetjes van de vloer en opleuken, veel illustraties. –

Abram de Swaan

Worden er volgens de intellectuelen relevante onderwerpen ter sprake gebracht, dan komt dat niet van de zijde van personen die er de meest grondige kennis van hebben. ‘Patty Brard kan worden gevraagd naar haar mening over de Amerikaanse economie’, aldus Geerten Waling. Debet aan deze situatie is volgens respondenten onder meer de onderlinge interactie die aan tafel bewerkstelligd dient te worden: het rondetafelgesprek geeft iedereen de kans te pas en te onpas te interveniëren zoals hij dat aan de kersttafel zou doen. De gemeenschapszin ondergraaft dus de inhoud. Dat het praatprogramma in Nederland op gemeenschapsgevoel is ingericht bedoelen de meeste respondenten overigens niet als een verwijt. Zij erkennen immers de behoefte aan comfort en gezelligheid op de late avond, maar vinden het wel zorgelijk dat dat momenteel vrijwel de enige of in ieder geval de dominerende vorm is.

In Nederland doet zich een merkwaardig verschijnsel voor. Namelijk dat mensen die naar mijn inzicht feitelijk helemaal geen intellectuelen zijn, laten we maar zeggen Peter R. de Vries, ook een oordeel willen uitspreken over zaken waar ze naar mijn idee geen bal verstand van hebben. Dat zijn eigenlijk meer een soort vaste tafelgasten geworden die waar dan ook maar, over welk onderwerp dan ook maar [iets te zeggen hebben] zonder dat je kunt spreken van *public intellectuals*. Peter R. de Vries is dat niet en dat geldt natuurlijk ook voor Jort Kelder. Ja, een schat van een jongen maar het is geen intellectueel. – *Maarten van Rossem*

Meerdere intellectuelen verbazen zich erover dat er door de journalistiek intellectuelen als zodanig worden aangewezen die dat volgens hen niet zijn, of althans veel minder intellectuele kenmerken hebben dan ‘echte’ intellectuelen. Een respondent verwondert zich er bijvoorbeeld over dat journalisten soms nauwelijks een reële notie hebben van wat de term intellectueel

inhoudt en noemt daarbij de luie manier waarop journalisten met de toewijzing ervan omspringen. Volgens hem wordt er vooral gekeken naar wie regelmatig stukjes op de opiniepagina's schrijft en/of regelmatig aanschuift in praatprogramma's op tv. En wie daar boude uitspraken doet en grossiert in oneliners, trekt de meeste aandacht. Als voorbeeld noemt hij de razendsnelle opkomst van Thierry Baudet.

In 2010, toen dat gedoogkabinet er dreigde te komen, interviewde *Vrij Nederland* 15 bekende, toonaangevende, spraakmakende intellectuelen in Nederland, om te horen wat ze daar van vonden. Nou, daar zat Joost Zwagerman bij, Paul Scheffer, noem maar op. Thierry was op dat moment 27 en hoewel ik het hem best gunde, was het natuurlijk onzin. Hij had op dat moment samen met iemand anders, Michiel Visser, één bundel geredigeerd. Ze hadden er samen een inleiding voor geschreven en als ik me niet vergis had hij één artikel daar zelf in geschreven. Maar dat wás het. En hij behoorde blijkbaar al tot de top-15 van toonaangevende intellectuelen. Op zich knap van hem, maar ook een bewijs van geestelijke luiheid van de journalisten. Er waren op dat moment, en zijn er nog steeds, heel wat intellectuelen die interessanter en relevanter zijn dan Thierry, die au fond niet meer is dan een demagoog. – *Rob Hartmans*

Twee redacteurs geven dan ook aan dat zij de 'intellectueel' een tamelijk obscuur begrip vinden en dat het begrip op hen een zonderlinge indruk maakt. Daarmee is allerm minst gezegd dat zij doelbewust intellectuelen van het scherm weren, maar het ontbreken van een beeld van wat de publieke intellectueel behelst kan er wel, zij het onbewust, toe bijdragen dat hij minder (prominent) op de radar staat. Dus het feit dat redacteurs van de meer inhoudelijke programma's die op de televisie te zien zijn, zich geen goed beeld van publieke intellectuelen kunnen vormen, is al een vingerwijzing naar zijn positie.

Want dé intellectueel vind ik best wel een lastig begrip. Het is gek genoeg een woord wat je eigenlijk nooit in de mond neemt. Ik heb nog nooit in al die jaren het woord intellectueel in de mond gehad. – *Jürgen van Uden, hoofdredacteur Zomergasten*

Deze gang van zaken kan volgens verschillende intellectuelen geduid worden als een 'circulaire logica'. Media kijken niet in eerste instantie naar achtergrond en wijsheid, maar vissen uit de poel van mensen die sowieso al (ergens anders van) bekend zijn. Rob Hartmans verwoordt deze logica als volgt: 'Als Hugo Borst een keer in [Noord-]Korea was geweest, dan had je Hugo Borst gezien.' Hierdoor wordt kennis vaak pas aanvaard als deze afkomstig is van een gevierde beroemdheid. Volgens Rob Hartmans heeft dit wel als voordeel dat minder ontwikkelde mensen 'musea in worden geluld', maar hij geeft tevens aan dat van de

kunstwerken die werden besproken ‘de meeste informatie erg leek op wat op Wikipedia te vinden was’. Als symptoom van deze circulaire logica wijst een andere respondent erop dat journalisten de neiging hebben elkaar na te gaan kakelen, waardoor telkens maar weer dezelfde citaten opduiken.

Er zijn gewoon een aantal mensen die een bekendheid opbouwen omdat ze vaak op tv zijn. En wat je steeds vaker ziet, is dat die mensen dan uitgenodigd worden om ergens een menings- over te geven. Omdat ze een televisiepersoonlijkheid zijn, maar niet per se omdat ze verstand hebben van het onderwerp. (...) Dus je moet BN’er zijn om een platform te krijgen. Dus het is een hele circulaire, zelfversterkende logica. De journalistiek is een soort van zelf omsloten fenomeen geworden. – *Merijn Oudenampsen*

Ook in boekrecensies, die toch als springplank moeten fungeren naar de meest intellectuele uitingsvorm, het boek, is volgens de respondenten de circulaire logica werkzaam. Een dergelijke gesloten wereld heeft als consequentie dat niet de kennis die er in de samenleving bestaat leidend is geworden, maar de toevallige aan- of afwezigheid ervan bij de geïnstitutionaliseerde journalisten.

Tegenwoordig zie je, (...) en dat vind ik een enorme verarming, dat ze veel minder mensen van buiten aantrekken voor uitgebreide boekbesprekingen. Ze hebben een paar uitstekende columnisten, waar ik het ook vaak helemaal mee eens ben, maar daarnaast is het ook steeds meer gebruikelijk dat ze eigen mensen boeken laten lezen en recenseren. Vroeger zocht het *NRC* echt mensen die daar verstand van hadden. Degenen die kunnen schrijven, die maken de recensie. (...) Wat ze daar nu zeggen is zo onbenullig. – *H.W. von der Dunk*

Volgens verschillende respondenten hangt het selectieproces in grote mate af van willekeur. Het lijkt een banaal gegeven, maar zolang je niet een publieksbrede bekendheid geniet, waardoor redacties absoluut niet meer om je heen kunnen, moet je het als intellectueel/opiniemaker grotendeels van je connecties hebben om een keer de kans te krijgen, zegt Meindert Fennema hierover. Een andere respondent geeft aan dat hij er geen logica in kan ontdekken waarom hij voor bepaalde programma’s wel en andere weer niet wordt uitgenodigd en hij ondanks de grote verscheidenheid van onderwerpen waarover hij schrijft maar voor een aantal consequent wordt gevraagd. In onderstaand voorbeeld zien we daarnaast ook een denken in specialismen en reputaties bij redacties, aangezien men de respondent werktuigelijk associeert met een beperkt aantal onderwerpen, die slechts een klein deel van het totaal behelzen.

Dus dan kom je inderdaad bij het chapter waar ik wel en waar ik niet in zit. Terwijl als ik moet zeggen waarom ik in de een wel zit en in de ander niet zit, dan is dat voor mijn gevoel een beetje willekeur. Voor bepaalde thema's word ik heel vaak gevraagd: Turkije, Oranjestad, als het iets heeft te maken met Nederlandse canon, of historische dingen. Andere thema's waar ik ééwgoed over schrijf, waarover ik ook wel wat te melden heb wat anderen niet durven te beweren, daar word ik eigenlijk nooit voor gevraagd – *Thomas von der Dunk*

Van de mensen die wel enige kennis van zaken hebben, vaak doordat zij *journalistieke* ervaring in de thematiek hebben, vragen respondenten zich af of zij ook daadwerkelijk over *intellectuele* bagage beschikken. Er lijkt een tendens te zijn waarin er slechts bepaalde dimensies van een onderwerp worden aangeroerd, en de intellectuele dimensie wordt dan buiten beschouwing gelaten, dat wil zeggen een perspectief dat voorbij de actualiteit kijkt naar de historische, sociologische, culturele of ideologische aspecten van een gebeurtenis. Een respondent meent dat vooral ex-correspondenten een bevoorrechte positie in de media hebben. Bij hen ontbreekt vaak intellectuele bagage, waardoor je kunt zeggen dat het nieuws wordt geduid door het nieuws zelf, dat wil zeggen dat de feiten gerangschikt worden zonder dat daar een ideeëncomplex aan wordt toegevoegd.

Vroeger had je in Nederland twee Amerikadeskundigen en tegenwoordig heb je er 97. Daar [heeft] een enorme verbreding van het terrein plaatsgevonden. En dat scheelt natuurlijk ook, omdat ze daar niet meer de academici-deskundigen gebruiken, maar meestal ex-correspondenten. Ze vragen Eelco Bosch van Rosenthal, of ze vragen Twan Huys. Dat was de huis-Amerikanist van *De Wereld Draait Door*. (...) Allemaal ex-correspondenten en dat zijn lui die naar mijn idee over het algemeen goed op de hoogte zijn, maar die over de *geschiedenis* van de Verenigde Staten maar zeer schetsmatig geïnformeerd zijn. De echte historische context is dus overal zwak ontwikkeld. – *Maarten van Rossem*

Verschillende geïnterviewde redacteuren laten weten juist wel op zoek te zijn naar de bredere dimensies van een vraagstuk en niet slechts naar nauwe, vakinhoudelijke percepties. De onderliggende dimensies van een thema ontsluiten en aandacht schenken aan de maatschappelijke context is wel een van de taken die *Het Filosofisch Kwintet* zichzelf toedicht en wat ook uit de doelstellingen *Buitenhof* blijkt.

Deze week had een mooi voorbeeld. Dan zoek je dus iemand die iets met technologie heeft, maar die ook z'n sporen heeft verdiend om er over na te denken. Dus iemand weet heel veel van elektriciteit af, puur wat elektriciteit is, maar die kan het niet in een meer abstracte, beschouwende maatschappelijke view of invalshoek zetten. Dus dan ga je zoeken naar een gast die eigenlijk alle twee die facetten, die en kennis van zaken van technologie heeft, maar

ook [over de] maatschappelijke context iets kan zeggen. (...) Iemand die nou net in staat is om het ook naar een iets abstracter, iets beschouwender [plan te tillen] en die dat goed kan vertellen.’ – *Leonard Ornstein, politieke redacteur Buitenhof*

Televisieprogramma’s die volgens de respondenten nog een waarborg voor inhoud en diepteverkenning ingebouwd hebben, meestal door de langere duur, zijn *Buitenhof*, *VPRO Boeken*, *Het Filosofisch Kwintet*, sommige uitzendingen van *Zomergasten* en het radioprogramma *Brainwash*. Ook verschillende van de geïnterviewde redacteurs zijn zich er goed van bewust dat hun programma een anomalie in de televisiewereld is. Meerdere intellectuelen die bij *Café Weltschmerz* zijn geweest, loven dit concept, omdat er minder wordt gezinspeeld op polarisatie, maar meer op uitdieping van een onderwerp, en de eventuele verschillen tussen gesprekspartners zijn eerder accenten dan onoverbrugbare kloven. Een aantal respondenten betreuren echter de ideologische koers die het platform heeft genomen.

Ik vond het idee van *Café Weltschmerz* heel sympathiek omdat je een uur lang *slow television* kunt maken. Dus het is een inbreuk op die haastigheid, want als je een uur lang met iemand kan spreken of geïnterviewd wordt, komen er heel andere dingen uit. (...) Misschien is het niet altijd de moeite waard, heb ik later bedacht hoor, want er zijn ook heel veel interviews die kan ik niet aanzien. (...) Ik zou willen dat er iets bestond, wat minder ideologisch gekleurd is. – *Dick Pels*

Zowel intellectuelen als redacteurs zijn het erover eens dat geleerdheid niet volstaat om als intellectueel daadwerkelijk *publiek* te worden. Volgens een respondent is de publieke intellectueel feitelijk een soort van ‘*one-man-band*, waarin hij alle instrumenten moet kunnen bespelen’. Wanneer publieke intellectuelen dus worden uitgenodigd, betekent dat allerm minst dat daar intellectuele redenen voor zijn. Een andere respondent vertelt dat redacteurs zijn bijdragen niet om inhoudelijke redenen lof toedroegen, maar simpelweg vanwege het feit dat het ‘leuk’ was.

Maar toen werd ik gevraagd om columns uit te spreken [bij] *Buitenhof*, dat zondagse programma. Dat heb ik toen gedaan, met Plasterk de ene week, en ik de andere week. Nou vond ik dat wel leuk, maar toch erg oppervlakkig allemaal. En ik zei [na afloop]: hoe was het nou? ‘Oh wat leuk hoor, ja leuk.’ Dat was alles wat de redactie kon vertellen. Dus de inhoud deed er eigenlijk helemaal niet toe. – *Anton Zijderveld*

Naast leukheid kan simpelweg de leeftijd een rol spelen. Sommigen geven leeftijd als (een van de) reden(en) op dat zij niet (meer) erg frequent gevraagd worden voor reguliere

televisieprogramma's. Dat redacties soms naarstig op zoek zijn naar nieuwe gezichten, bevestigt Thijs Kleinpaste, wiens jeugdige leeftijd hem mogelijk (mede) in de schijnwerpers plaatste. Een jeugdige leeftijd wordt namelijk dikwijls geassocieerd met een bijpassend elan van stoutmoedigheid en onverschrokkenheid.

Hoe mensen op TV komen is niet zo'n mysterieus proces. De uitgever heeft een promotieredactie en die hebben in mijn geval onder andere geprobeerd mij bij *Buitenhof* te krijgen. (...) Ik vermoed dat de redactie van *Buitenhof* het op zijn beurt wel interessant vond mij als net 24-jarige, en natuurlijk veel te vol van mezelf, aan het woord te laten. Mijn boek verscheen kort nadat Thierry Baudet naar aanleiding van zijn boek *De aanval op de natiestaat* door Vrij Nederland op het schild was gehesen als conservatief 'wonderkind'. Dat schept een context waarin de stem van een andere, ook jonge criticus meer vanzelfsprekend als bezienswaardig wordt beschouwd. – *Thijs Kleinpaste*

Ook kan een intellectueel publieke bekendheid oogsten doordat van hem een karikaturaal toonbeeld wordt gemaakt, geven meerdere intellectuelen aan. Beeldvorming speelt dus een grote rol bij de wording van een publieke persona, waar laatste toevoeging van de letter 'a' reeds aangeeft dat het hier om een archetypische kenschets van een persoon gaat zoals die door de *ander*, in dit geval het grote publiek, wordt gemaakt. Of een publieke intellectueel dit zelf in de gaten heeft, en zijn karikatuur behendig weet te cultiveren, zal per geval verschillen, maar de beeldvorming vindt plaats op instigatie van een medium en de massa.

Omdat ik natuurlijk in de ogen van *GeenStijl* het politiek correcte huldig. Dat platform is natuurlijk een populistisch, rechts scheldblog, dus wie zoeken ze uit? (...) Van mij is natuurlijk ook wat makkelijker een karikatuur te maken dan van anderen, dus ik ben een makkelijke *scapegoat* voor *GeenStijl*. – *Thomas von der Dunk*

Een treffend gevoel voor ironie en humor zien intellectuelen en redacteurs als een van de belangrijkste factoren van iemands marktpositie. Geestige opmerkingen bestaan meestal niet uit bezadigde mopjes die vooraf ingestudeerd zijn, maar eerder uit situationele humor; de ironie van de situatie inzien en hierop wijzen met een kwinkslag. De grap moet volgens Casper Thomas op zo'n manier gebracht worden dat het niet aan de inhoud afdoet. Volgens de redacteur van *Buitenhof* is het juist een combinatie van eruditie en charisma, dat hem kan overhalen om bepaalde intellectuelen uit te nodigen. Nochtans zitten er ook aan humor grenzen, geeft dezelfde respondent aan, en mag het geen clowneske proporties aannemen.

Ik denk dat dat zeker altijd een rol blijft spelen. (...) Is gewoon leuk om iemand, die een heel serieus verhaal vertelt over kiesrecht, wat dan een redelijk abstract en saai verhaal kan zijn, als

ie dan een paar leuke grappen erdoor maakt. Top! Dat is televisie. (...) Maar we zijn wel wars van intellectuelen die een beetje de clown gaan spelen. (...) Er zijn echt wel behoorlijk wat intellectuelen die af en toe ook met hun eruditie een beetje grappig gaan lopen doen en die hebben we wel eens in het programma dan, maar dat mijden we toch wel. – *Leonard Ornstein, politieke redacteur Buitenhof*

We zullen hieronder aan de hand van interviewfragmenten van de intellectuelen laten zien hoe en tot op welke hoogte een intellectueel behendig kan manoeuvreren om zijn marktpositie te versterken. Volgens de intellectuelen ligt altijd het gevaar op de loer alleen nog maar publiek, en weinig intellectueel meer te zijn, doordat hij moet schipperen om het grote publiek bij zich te houden. De intellectuelen geven toe dat het enigszins inherent is aan het vak van de publieke intellectueel dat hij zal moeten versimpelen en snijden in het complexe web van zijn argumenten, zodra hij op een podium staat met beperkte mogelijkheden, zoals een korte column of een fragment in een talkshow. Niettemin wijzen zij erop dat daar gradaties en begrenzingen in bestaan, en het gevaar is dat wanneer je jezelf als merk op de kaart moet zetten, je je inlaat met onnozelheden en zo de brui geeft aan je reputatie een denker van betekenis te zijn.

De publieke intellectueel vind ik eigenlijk een beetje een pleonasme. Want de publieke intellectueel probeert ook te kietelen, te behagen. Als jij als acteur op een gegeven moment de lolbroek [hebt] gespeeld en je gaat ineens heel serieus doen. Als je heel erg goed bent, dan wordt dat misschien gepikt. Maar de kans dat men het niet pikt, dat men je gewoon niet serieus neemt in die rol is [groot]. Ook als jij een serieuze acteur bent en je leent je jarenlang voor de meest stompzinnige reclames, loop je een risico. – *Rob Hartmans*

De intellectuelen geven daarbij enkele voorbeelden van intellectueel onderlegde mediafiguren die op de televisie het inhoudelijke aspect (goeddeels) hebben laten varen, wat overigens losstaat van wat iemand in zijn studeerkamer uitvoert. Door de medialogica wordt dus de discrepantie tussen mediapersona en zijn werkelijke interesse en kunne steeds meer vergroot, en kan de intellectueel hoogstens zijn cachet behouden, ofwel de *impressie* wekken gestudeerd te zijn.

Ik denk dat het wel voor Herman Pleij geldt: iemand die wel iets meer inhoud heeft, die naar mij toe duidelijker uitstraalt dat het echt zo'n geleerde is in zijn studeerkamer met grote, dikke boeken. Op televisie [is ie] eigenlijk een heel gezellige opa die vertelt (...) daar wordt ie gewaardeerd om z'n leuke, vlotte babbel. Hij [is] eigenlijk een beetje kort door de bocht over z'n onderwerpen, en hij praat over heel veel verschillende onderwerpen en zo, maar dat mag

allemaal. Maar jij weet dat ie eigenlijk ook wel echt geïnteresseerd is, dat ie ook wel veel boeken leest. Het is wel waar, die rol kan met je aan de haal gaan. – *Geerten Waling*

Er zijn dus intellectuelen die van kleur verschieten zodra ze op televisie verschijnen en die een loopje nemen met hun mediarol. Niettemin geven meerdere respondenten aan daar op een bepaald moment wel paal en perk aan te stellen. Bijvoorbeeld Thomas von der Dunk laat weten dat hij, hoewel hij in sommige gevallen er zijn hand niet voor omdraait om even van rol te verwisselen, zo nu en dan bereid is optredens ludiek aan te kleden. Maar wanneer er echt helemaal niks meer overblijft van een inhoudelijke kern past hij.

BN'er spelen is de ene helft van het werk. Dat betekent: radio, tv, lezingen, columns schrijven, prijzen uitreiken, voorzitterschap et cetera. Maar ik heb bepaalde dingen ook geweigerd. Paul de Leeuw wou mij twee keer zeer dringend in een programma hebben. Daar heb ik voor gepast. Want dan word je toch een beetje voor gek gezet, ben je een soort joker zonder inhoud. Nee, daar pas ik voor, ga ik niet doen. Ik heb wel optredens die je dan een beetje komisch kunt aankleden. Ik ben er ook niet vies van om iets ludieks te doen, maar er moet wel een bepaalde serieuze kern inzitten. Niet alleen maar dat je een soort van feestnummer bent. Je moet daar ook selectief in durven zijn. Je moet ook een zekere naam ophouden, zodat je serieus wordt genomen door vakgenoten. – *Thomas von der Dunk*

Anderen geven weer aan dat het hen au fond niet zo veel interesseert of zij in het middelpunt van de aandacht staan, en je er als intellectueel ook helemaal niet zo mee bezig moet zijn om op de radar van redacteurs te blijven. Dit wekt de indruk dat het adjectieve gedeelte van de term publieke intellectueel door sommigen slechts als een bijkomstigheid wordt ervaren - en misschien wel zo *moet* worden ervaren wil het substantief ervan geldig blijven. In elk geval lijkt het te zeggen dat een intellectueel in eerste instantie een schrijver is van boeken en dat de media-aandacht die hij daarmee al dan niet genereert eerder een aardige toegift is dan dat het zijn inzet bepaalt.

Ik moet zeggen dat ik gelukkig wat ouder ben én lid geweest ben van het Utrechts Studenten Corps, waardoor ik toch de arrogantie heb gekregen van nou ja 'dan maar niet, dan maar niet in *De Volkskrant*'. Zolang [ik] mijn boeken nog kan publiceren [vind ik het goed] Die houding moet je wel hebben, want anders hou je het niet vol. Vanuit je persoonlijke geluk gezien is het belangrijk dat je gewoon je ding doet en je niet te veel afvraagt 'zien ze mij nog wel?' – *Meindert Fennema*

In een notendop, de programmering heeft in de ogen van de geïnterviewde intellectuelen een trivialisering ondergaan. Dit wordt mede verklaard vanuit de vaststelling dat de journalistiek

toenemender mate een gesloten bastion is geworden, waar kennis communautair gegenereerd wordt. Recente gebeurtenissen worden alleen vanuit de actualiteit zelf geïnterpreteerd en de bredere dimensies worden er nauwelijks bij betrokken. Het nieuws wordt, kortom, geduid met het nieuws zelf. Toch is er nog hoop, maar die hoop is vanuit intellectueel oogpunt jammer genoeg enkel in de periferie te vinden en neemt daar een tamelijk geïsoleerde positie in. Intellectueel georiënteerde platforms drijven dus steeds verder af van de mainstream. Een aantal van de geïnterviewde redacteurs zijn zich er dan ook van bewust dat hun programma een rariteit in het medialandschap is, waar normaliter gezelligheid en snel te verhapstukken trivialiteiten de hoofdmoot vormen.

4.3 Snel, kort en simpel

De medialogica wordt volgens de intellectuelen ook gekenmerkt door de drang maatschappelijk significante materie zo verkort en vereenvoudigd mogelijk weer te geven. In alle interviews wordt de snelheid waarmee belangrijke thematiek passeert, aangestipt. Hierdoor wordt aan diepere en bredere dimensies van recente gebeurtenissen nauwelijks aandacht besteed. Deze werkwijze is funest voor de intellectuele waarde, omdat complexe onderwerpen tijd vragen om te worden uitgelegd en te worden doorgrond. De ‘intensivering van de nieuwscyclus’ betekent een verkorting van de houdbaarheidsdatum van wat *actueel*, dus bespreekbaar is, valt uit het onderstaand verhaal op te maken. We kunnen hieruit de conclusie trekken dat een debat zo niet de mogelijkheid krijgt zich te ontwikkelen, omdat de tijd benodigd is om grondig over een gebeurtenis na te denken niet wordt gegeven. Tegen de tijd dat zich een constructief debat ontwikkeld zou kunnen hebben, is het onderwerp immers al niet meer nieuwswaardig.

[De meeste televisieprogramma's] zijn geen intellectuele platforms. Je kunt daar nauwelijks iets zeggen. Om (...) een ingewikkeld punt te maken heb je gewoon tijd nodig. En dat is er gewoon niet bij. Het probleem is dat die programma's allemaal héél erg uitgaan van de actualiteit. Dus zo'n moeilijk verhaal komt daar niet in. Het gaat gewoon om heel snel even de posities te schetsen van een bepaald debat, niet om een of ander dieper conflict, want daar is gewoon geen tijd voor. (...) Journalisten zijn nogal gericht op de actualiteit. Je hebt, door internet misschien, een sterke intensivering gehad van die hele nieuwscyclus. (...) Er komt gelijk weer een nieuw thema aan wat een paar dagen later alweer irrelevant is. – *Merijn Oudenampsen*

Dit gebrek aan tijd wordt door de geïnterviewde redacteur van *Het Filosofisch Kwintet* ingezien. Hij beseft dat het programma voor sommigen van zijn gasten niet diep genoeg gaat,

doordat ook hier de tijd die geboden is niet al te groot is. Zeker wanneer men veel te melden heeft, is het voor gasten lastig om de tijd die hen wel werd geboden in het voorgesprek dusdanig in te perken dat er slechts een klein gedeelte van het verhaal overblijft.

En zelfs dan is het programma met z'n vijftig minuten eigenlijk te kort. We spreken gasten en we horen wel meer dat ze ons programma te kort vinden. En we hebben met die mensen een voorgesprek, en dan moeten ze vervolgens aan tafel in tien minuten vertellen wat ze aan ons in anderhalf uur vertelden. Want je hebt 50 minuten, er zitten vijf mensen aan tafel, dus je hebt 10, 12 minuten om je punt te maken. – *Jules Ruijs, Het Filosofisch Kwintet*

Volgens de intellectuelen betekent deze korte tijdsperiode dat het op de televisie draait om de beknoptheid van mededeling: zonder veel omhaal vertellen wat er is gebeurd of waar jij je in het opinielandschap positioneert. Media zitten volgens hen doorgaans niet te wachten op breedsprakige vertellingen. Hier botst de grondattitude van de medialogica het meest met die van het intellectualisme, omdat de intellectuele instelling er nu juist een is van de nuance of de kanttekening en het laten meewegen van het hele palet van pro en contra's in het verhaal. Daarom is het voor een intellectueel soms noodzakelijk te meanderen in zijn verhaal, wil hij een werkelijkheidsgetrouwe lezing geven.

Op de televisie gaat het erom: ben je in staat om oneliners te produceren? En dat is voor een intellectueel zoals ik 'm beschouw al een beetje lastig. Want de werkelijkheid is vaak zo ingewikkeld dat het echt niet in een oneliner te gieten is. – *Rob Hartmans*

De vluchtigheid leidt er volgens verschillende intellectuelen ook toe dat journalisten tijdens interviews intellectuelen niet rustig benaderen, maar door de aanwijzingen van de redactie te veel gefixeerd zijn op een snelle afhandeling. Volgens de geciteerde respondent kampen presentatoren voortdurend met de redactionele druk om het gesprek snel af te handelen. Hierdoor loopt de insteek waarmee een presentator zijn gast vragen stelt te ver uiteen van de reden van de komst van de intellectueel en stukt de communicatie. In een samenstelling met meerdere gasten van divers pluimage heeft de presentator ook de rol om als bemiddelaar op te treden, wat echter niet altijd gebeurt, zo vertelt Geerten Waling uit ervaring. Hierdoor kan het 'politieke gewoel' de bovenhand op krijgen op de intellectuele beschouwing.

Je moet in een interactie op een goed moment de rol van de ander kunnen overnemen en je kunnen verplaatsen in degene met wie je communiceert. En als je dat niet kunt, *taken the rol of the other*, dan stukt de communicatie. (...) Presentatoren zitten natuurlijk met een oortje en hebben te maken met de redactie die meepraat. De redactie die maakt van 'Ophouden,

ophouden, korter! Afkappen!’ En dat merk je op goed moment wel. Het is een raar vak. (...) –
Anton Zijderveld

Volgens meerdere geïnterviewde intellectuelen zijn journalisten vaak niet goed onderlegd. Wanneer journalisten al dezelfde boeken lezen, doen ze dat op een andere manier, of met een geheel ander oogmerk dan wanneer je bijvoorbeeld een boekbespreking schrijft, stelt Dick Pels. Duidelijk wordt dat er voor een grondige bestudering van het geschreven waar van de gast nauwelijks tijd lijkt te zijn. Wat we hieruit kunnen afleiden is dat door de gejaagdheid van het journalistieke bedrijf journalisten niet in staat worden gesteld zich op intellectueel niveau te ontwikkelen.

De mensen die dus elke dag op tv zijn en in de praatprogramma's zitten, zijn meestal journalisten. Journalisten interviewen journalisten, en die hebben natuurlijk ook wel intellectuele capaciteiten en ambities, denk bijvoorbeeld aan *Buitenhof*. Die mensen lezen echt wel boeken. Dat wordt echt niet alleen maar door de redactie gedaan, Paul Witteman leest heus wel boeken. Over Jeroen Pauw weet ik dat niet zo zeker, maar die redactie leest dan wel boeken, maar ook wel heel snel natuurlijk. Niet zoals je een boek leest wanneer je daar een lange boekbespreking over moet schrijven. – *Dick Pels*

Intellectuelen vertellen dat ze van dit vluchtige klimaat de nadelige gevolgen ondervinden doordat hun boeken zich vaak maar moeilijk laten lenen om op televisie besproken te worden. Zeker wanneer de stellingname dusdanig complex en gelaagd is dat men die niet in een pakkende frase uit kan gooien, wordt het onmogelijk om nog het gehele boek inhoudelijk te bespreken. We kunnen hieruit twee conclusies trekken: de kloof tussen boek en televisie blijkt soms onoverbrugbaar. Als die al kan worden overbrugd, is dit slechts voor commerciële doeleinden ('wandelede reclame'). Een optreden van de intellectueel in de gebruikelijke talkshows, wordt dan enkel gemotiveerd om een boek onder de aandacht te brengen, niet om een gefundeerde discussie over de thematiek op gang te brengen.

Mijn [proefschrift over intellectuele wortels van Nieuw Rechts] is best wel lastig voor de tv. Dus ik denk niet dat er buiten *Buitenhof* echt iemand [geïnteresseerd is]. Je hebt gewoon te veel tijd nodig om uit te leggen wat je speciale stelling is. Ik heb toch wel op z'n minst tien minuten nodig om een beetje m'n verhaal te doen. Het probleem is gewoon dat als je naar de televisie komt, je gewoon een wandelede reclame voor je boek bent. Dus je kunt niet je verhaal overbrengen op televisie. – *Merijn Oudenampsen*

Ook de meeste kranten vormen volgens een aantal intellectuelen slechts een beperkte uitlaatklep. Anton Zijderveld heeft bijvoorbeeld meegemaakt dat 'ze op een goed moment de

krant anders indelen, en de stukken korter moeten.’ Bovendien is de positie van intellectuelen in de krant op de keper beschouwd sowieso al moeizaam doordat de dominante vorm van opiniemakerij de column is. Deze geeft vanwege zijn geringe lengte al een beperking aan, zo geven verschillende respondenten aan. Ze zien de column eerder als een noodzakelijkheid om jezelf vocaal te maken in het publieke debat dan een plaats waar een gefundeerd verhaal het best tot zijn recht komt. In een column is volgens Cuperus de beweegruimte nu eenmaal veel beperkter, en moeten alle bedenkingen, nuances en argumentaties gecomprimeerd, als het al niet geslachteerd, worden voor een helder, eenduidig statement. Het essay biedt veel meer ruimte om een grondig argumentatiecorpus in te herbergen. Waar *De Gids* voorheen nog wel een podium bood voor dit type schrijven, is zij nu verdwenen als intellectueel platform doordat alleen nog literaire essays worden toegelaten. Een andere respondent noemt *Maatstaf* als een soortgelijk medium dat eveneens verdwenen is. Het enige blad waarvan de respondenten menen dat het nog enigszins ruimte geeft aan de intellectuele beschouwing, lijkt op dit moment *De Groene Amsterdammer* te zijn.

Het voertuig van de intellectueel is een essay. Een column is eigenlijk te kort. Je kunt je afvragen of een columnist een intellectueel kan zijn; of een intellectueel genoeg heeft aan een column. Dat is al ingewikkeld. Daar gaan de stijlgargumenten zo meespelen dat het aantal woorden en het aantal argumentatieve stappen of het aantal uitweidingen of nuances dat je kunt maken, heel beperkt wordt. Ik ben zelf columnist en merk dat ook; eigenlijk ben ik ook van het iets grotere essaygenre. – *René Cuperus*

Meerdere intellectuelen geven aan dat zij zich niet altijd gemakkelijk voelen bij de vluchtige behandeling van delicate thema’s. Slechts een enkeling lijkt het volgens de respondenten gegeven wel aan zijn basishouding vast te houden en weet alsnog zijn opwachting bij het grote(re) publiek te maken. Volgens Thijs Kleinpaste komt de gehele academische grondhouding van zorgvuldigheid doorgaans pardoës te vervallen wanneer men zich in de publieke ruimte begeeft. Thomas von der Dunk legt uit dat de manier waarop je in de media je verhaal moet vormgeven omgekeerd evenredig is aan hoe je dat op de universiteit geacht wordt te doen: ‘Eerste wat je leert bij de radio en tv is omgekeerd van wat je leert [in de] wetenschap. Daar leer je eerst redeneren en dan de conclusie [te formuleren]. Bij de radio begin je met een conclusie, met een standpunt.’

Het sleutelwoord is grondigheid. In de publieke ruimte, op televisie of zelfs in een panelgesprek in een centrum zoals De Balie of elders, heb je niet altijd het vermogen even grondig te zijn als binnen een andere context, zoals de academie. En ik moet ook zeggen dat

het afbreukrisico van wat momenteel moet doorgaan voor 'debat' wel groot is. Ik vind het persoonlijk niet altijd plezierig om het niveau van het publieke debat te zien, of daar aan mee te doen. – *Thijs Kleinpaste*

De korte tijdslogica die media hanteren, heeft volgens de intellectuelen ingrijpende gevolgen voor hun manier van handelen. Uit onderstaand citaat blijkt dat ook tijdsberekening en planning cruciaal zijn en ik denk dat het belangrijk is daaraan toe te voegen dat hoe groter en doordachter een stuk is, hoe groter de kans is dat de tijdsplanning spaak loopt. Merijn Oudenampsen geeft dan ook aan dat hij er vaak te laat achter kwam wanneer hij bijvoorbeeld naar aanleiding van een jubileum een groter stuk kwijt had gekund. We zien hier dus dat een intellectueel als eenling moet bijdragen aan zijn eigen zichtbaarheid en ondanks bemiddelende instanties als uitgeverijen blijft een persoonlijke handigheid onontbeerlijk. Men moet een extra antenne hebben voor wat relevant en actueel is en in het geval van bijvoorbeeld jubilea of andere aangekondigde gebeurtenissen anticiperen.

Ga je denken in termen van: 'Kan ik een stuk schrijven volgende week voor *De Groene*? Dan moet ik dat wel twee weken van tevoren regelen.' Moet je mensen ook kennen, om een stukje in de krant te krijgen. 'Moet morgen klaar, kan het er overmorgen in.' (...) Je moet dus kunnen inspringen. – *Dick Pels*

Dat inspelen op de actualiteit een noodzakelijkheid is, laat het onderstaande voorbeeld van Casper Thomas goed zien. Het laat tevens zien dat het de intellectueel met een dilemma kan opzadelen (even terzijde of dat ook door hem zo is ervaren): hij had een stuk kunnen schrijven waarmee hij zijn kans om bij de bekendere programma's aan te schuiven had vergroot, alleen voor hem was het een ambitie om niet alleen maar feitelijk verslag te leggen van de gebeurtenissen rondom de Maagdenhuisbezetting, maar dit als kapstok te gebruiken voor grotere, filosofische vragen die achter die gebeurtenissen schuilgaan. Zo zien we dus dat de korte houdbaarheidsdatum van het nieuws niet goed samengaat met de beschouwing van de actualiteit, bij uitstek de taak van de publieke intellectueel. Men moet dus constant de afweging moet maken of men vooral meer publiek of meer intellectueel wil zijn.

Op het moment dat dat boek verscheen was die gebeurtenis al weer in het verleden. Op het moment dat die protesten [Maagdenhuisbezetting, DvK] bezig waren, was dat [voor een programma als *Pauw*] wel interessant geweest. (...) Die situatie van die Maagdenhuisbezetting was een mooi voorbeeld om een aantal discussies over de vraag 'waartoe is de universiteit op aarde' aan op te hangen. Dus dacht ik dat is materiaal genoeg voor een boek en dan kun je er weer net iets meer over zeggen dan in een paar stukken. – *Casper Thomas*

De ervaringen van de intellectuelen laten zien dat het snelle verloop niet alleen het nieuws betreft, maar kan ook op de persoon betrekking kan hebben. Hoewel sommige *talking heads* een quotum lijken te hebben waarmee ze op televisie komen – op dit moment zijn dat zoals we zagen geen personen die we als intellectueel mogen aanmerken – kan het verloop groot zijn. Voornamelijk in een situatie dat je een flater hebt begaan of een onwelgevallige mening hebt gegeven, wordt men niet zo snel een tweede kans gegund, maar kan het plotsklaps de definitieve exit betekenen.

Als ik nu met jou hier een paar glazen whisky drink en ik stuur een verkeerde tweet; zelfs al verwijder ik hem binnen een paar minuten, dan staat er een screenshot en is er een enorme ophef. En dan kan ik misschien zelfs mijn carrière vergeten. – *Geerten Waling*

Concluderend kunnen we stellen dat de tijd op tweeërlei manieren een struikelblok vormt voor de intellectueel. Ten eerste is de korte tijd die er voor fragmentjes zijn ingelast en de daarmee samenhangende eis tot beknoptheid van mededeling een *bête noire* voor de intellectueel. Daarnaast is gebleken dat de korte verloopdatum van de actualiteit de intellectueel veelvuldig dwarszit en hem moeilijk in staat stelt een stukje reflectie op de actualiteit te geven. Tot de tijd dat deze situatie niet verandert, moeten intellectuelen zich in allerlei markt-geïndiceerde bochten wringen om iets met een aanvaardbaar dieptepeil voor het voetlicht te brengen. Dergelijke manoeuvres zijn niet bij voorbaat ondoenlijk, maar de intellectueel zal én de geest van een entrepreneur aan de dag moeten leggen, én zich keer op keer moeten afvragen of die manoeuvres geen afbreuk doen aan de intellectualiteitswaarde van zijn werk.

4.4 Antagonisme, querulantisme en plaatsbaarheid

Een goede manier om media-aandacht te genereren, is al dan niet willens en wetens de controverse op zich te laden, zeggen de geïnterviewde intellectuelen. Zij menen dat infotainment niet alleen tot uitdrukking hoeft te komen in lichtzinnigheid en jolijt, maar dat het ook een uitwas aan de andere kant van het spectrum heeft, namelijk: het veroorzaken van ophef en schandaal. Dat betekent dat een boek soms pas succesvol wordt, wanneer er veel (boze) tongen worden losgemaakt in de samenleving. Het adagium '*there is no such thing as bad news*' blijkt, ondanks dat het in het tijdperk-Trump tot een gemeenplaats gedegradeerd is, hier niet minder op te gaan. De spraakmakende gemeente buigt zich dan niet over het inhoudelijke aspect van het boek, maar over het meest zinnenprikkelende en het meest controversiële. Dat kan zowel een negatieve als positieve uitwerking hebben voor de publieke intellectueel. Ook Thomas von der Dunk heeft meegemaakt dat men, toen zijn omstrede

Arondéus-lezing geen doorgang vond en daarover kabaal ontstond *Pauw en Witteman* hem meteen wou hebben.

[Voor de rel n.a.v. Frits Bolkesteins reactie op zijn proefschrift] ben ik hem best wel dankbaar. Het probleem van een rel is dat het gewoon iedereen bijblijft. Zelfs al klopt het niet, je imago is toch een soort van getekend door die controverse. (...) Zeker voor een academicus kan dat heel erg in je nadeel werken. Het voordeel is [echter] dat er ook elders columns over verschijnen, en mensen zich daar een beetje over gaan buigen. - *Merijn Oudenampsen*

Media zijn volgens de intellectuelen altijd op zoek naar ideologisch antagonisme, het uitmeten van de scherpst mogelijke verschillen tussen standpunten. Hun ervaringen leren dat daar onder meer in de voorgesprekken voor tv-optredens op wordt aangestuurd. Als men zich niet rabiaat tegengesteld tot zijn tegenstrever verhoudt, kijken redacties vaak verder naar iemand die dat wel kan bieden. Veel programma's zorgen er dus voor dat er een soort van ideologisch evenwicht in stand wordt gehouden; dat bijvoorbeeld 'rechts' even vaak aan het woord komt als 'links'. Hierdoor bestaat het publieke debat vaak niet meer uit dan in een handomdraai het ideologisch palet schetsen in plaats van enige ideeënuitswisseling word bewerkstelligd.

Wat je in die voorgesprekken merkt is dat ze op zoek zijn naar de scherpst mogelijke formulering van jouw standpunt, als ze dat standpunt willen horen natuurlijk. En dat komt vaak omdat ze een polemische situatie willen inrichten aan tafel. (...) Het moet leuk zijn en leuk is dan ook provocerend. Ze willen dus mensen die niet alleen helder, maar ook gewoon provocerend scherp kunnen formuleren. (...) Ze kunnen altijd iemand [anders] vragen omdat de constellatie aan tafel niet klopt, omdat jouw denkbeelden niet scherp genoeg en eenvoudig zijn tegenover die ander die ze dan per se al willen hebben. Dus als je dan het zaakje ietsje complexer gaat maken, dus het wel een beetje eens bent met degene die ze al hebben zitten, dan is er geen goed antagonisme, geen goeie polemie, dus dan bellen ze op met de boodschap 'nou we hebben toch voor iemand anders gekozen'. - *Dick Pels*

Van dat tegengestelde klimaat geeft het volgende citaat geeft een actueel voorbeeld. Er wordt dus een soortement machtsequilibrium van antagonisme gegeven, waarmee ik bedoel dat de denkfout wordt gemaakt – dat deze denkfout wordt gemaakt bevestigt het citaat van Fennema hierna – dat wanneer de uitersten van een spectrum aan het woord worden gelaten er ook democratische representatie van het meningenpalet bestaat. En dan is er van representatie naar redelijkheid en inhoudelijke validiteit nog met geen woord gerept. Het uitgangspunt dat telkens wanneer je twee mensen tegenover elkaar zet er een *controverse* moet ontstaan, dat er

een *strijd* moet zijn, haalt bovendien niet alleen het niveau omlaag, maar sneeft ook elke vorm van spontaniteit.

[De media hebben de neiging] om van alles een debat te maken. Het beroemdste voorbeeld daarvan is [het] klimaatdebat dat vooral in Amerika [plaatsvindt]. Bij een panel gaan ze zeg maar altijd 50-50 uitnodigen, klimaatontkenners versus mensen die zich daar zorgen over maken. (...) Terwijl binnen de wetenschap is 97% overtuigd van de menselijke invloed op de klimaatverandering en drie procent die dat niet gelooft. En dan maken zij daar weer een 50-50 [tegenstelling van]. Dan krijg je beschuldigingen op een heel grof niveau, maar helemaal geen discussie over feiten of over details. Dat is helemaal niet meer interessant [voor] redacties. –
Dick Pels

Verder blijkt dat dit antagonisme vaak ook politiek-ideologisch is ingegeven. De veelgehoorde polarisatie van het debat wordt ook gefaciliteerd door de media, waarbij met name artificiële grensbepalingen als links en rechts bepalen of er sprake is van antagonisme. Dit maakt de positie van de publieke intellectueel des te benarder, aangezien hij zich dikwijls niet aan de uiterste polen positioneert of zoals Fennema hieronder aangeeft niet eenduidig in een politiek-ideologische categorie in te delen is. Nu deinst de publieke intellectueel volgens henzelf vaak niet terug voor stevige stellingname, maar hij wil die kleur wel zelf, en niet naar groepsgewijs opgelegde ideologische voorkeuren bepalen. Ook hier zien we dat veel redacteurs geneigd zijn zich te laten leiden door de publieke opinie. Zij lijken zich van tevoren af te vragen ‘wat dat en dat *kamp* er van zou zeggen’.

De linkse media zijn natuurlijk ook zo aangevallen dat zij wanhopig moeten laten zien dat ze niet links zijn. Dus hebben ze natuurlijk veel liever Wilders of Baudet, dat soort mensen. En niet iemand waarvan de vijand kan roepen van ja daar heb je weer een GroenLinks’er aan tafel. Dus met mij kunnen ze nooit winnen. Of ik zeg rechtse dingen waar ze niet van houden of de vijand zegt ‘ja je hebt weer een GroenLinks’er aan tafel’. Mensen willen natuurlijk kunnen zeggen: ‘nou nee hoor! Links, links, we hebben die Sid Lukkassen ook bij ons gehad.’ Dat is een beetje de logica daarvan. – *Meindert Fennema*

Meerdere respondenten geven te kennen dat zij er last van ondervonden wanneer hen een bepaald etiket werd opgeplakt door de journalistiek. Probleem was dat de predikaten die men opgedrukt kreeg, niet altijd even goed de lading dekten en soms als pek en veren bleven kleven. Toen bijvoorbeeld Maarten van Rossem in *De Wereld Draait Door* aangaf er moeite mee te hebben als Amerikanist te worden gezien, leidde dit tot wrevel en werd hij bijkans persona non grata in dat programma. De vraag is dus hoe intellectuelen hun ongebondenheid

kunnen blijven koesteren in een gemediatiseerde omgeving die duidelijkheid en plaatsbaarheid in de genoemde kunstmatige categorieën van node heeft.

Het begrip van de door mij toch nog steeds bewonderde Mannheim: *freischwebende Intelligenz*. Zo voelde ik mij eigenlijk gewoon, *freischwebende Intelligenz*. In die tijd werd ik vooral als CDA-ideoloog opgevoerd, wat ik vreselijk vond. Ik ben geen ideoloog. Een ideoloog is niet *freischwebend*, die zit vast aan een partij en verkondigt de partijlijn. En dat heb ik nooit gedaan, integendeel. [Toen ik daar op wees bij *Pauw en Witteman*] vonden ze dat niet leuk. – *Anton Zijderveld*

Ook geven verscheidene respondenten aan dat er vaker deskundigen dan intellectuelen worden uitgekozen om belangwekkende materie te komen toelichten in praatprogramma's en dergelijke. Volgens Maarten van Rossem komt dit doordat 'deskundigen deskundig uitleggen wat de redacties ook al dachten over die kwestie'. Uit het onderstaande citaat valt af te leiden dat een expert vooral vanuit een hermetisch afgebakend terrein kennis deelt, terwijl een intellectueel, of iemand in die hoedanigheid, van buitenaf een aspect belicht en daarmee de denkmodus over een onderwerp probeert te veranderen. Dat experts in journalistieke kringen geliefder zijn dan publieke intellectuelen, ligt dus mede aan het feit dat zij plaatsbaar zijn.

Je kunt voor zo'n thema ook eens iemand vragen die niet een specialist is, maar die er wel eens wat over gezegd heeft en er misschien van de andere kant tegenaan kijkt. Je kunt bijvoorbeeld ook Noord-Korea eens benaderen, niet alleen vanuit ontwikkelingen in het land zelf, maar vergelijk eens onze omgang met Noord-Korea met die met Iran. – *Thomas von der Dunk*

Meerdere van de geselecteerde programma's lijken een uitzonderingspositie in te nemen in het klimaat dat is gericht op het uitvergrooten van tegengesteldheden. Hierdoor krijgen de gasten veel minder een schetsmatig profiel opgedrukt, en leidt de aandacht in plaats van naar de persoon en diens ideologische positiebepaling naar een open bestudering van het onderwerp. Ook geeft de redacteur van *Zomergasten* aan dat tegendraadsheid en eigenzinnigheid juist een pre zijn wanneer ze kijken naar geschikte gasten, waardoor dus niet alleen de representanten van de welbekende collectief georganiseerde standplaatsen worden uitgekozen, maar ook autonome, authentieke geluiden hun stem mogen laten horen. Niettemin legt een redacteur van een ander programma zijn patersklaren gedeeltelijk af en moet hij bekennen dat zijn programma *zo nu en dan* heus wel eens op (politieke) tegenstellingen selecteert.

En het moet niet zo zijn dat er hier een kleur A zit en hier een kleur B zit en dat die zo van elkaar verschillen dat ze niet meer tot elkaar kunnen komen en tot een nieuwe gedachte kunnen komen. Dat heb je voor een goed gesprek wel nodig, dat ze in elkaars schoenen kunnen staan zeg maar. En ook willen toegeven en niet zo halsstarrig zijn dat ze zeggen ‘nou, dit is mijn punt en hier stap ik niet uit’. – *Jules Ruijs, Het Filosofisch Kwintet*

In bepaalde gevallen is de debatconstellatie zo opgetuigd dat de ‘rede’twist op voorhand dermate geradicaliseerd is, dat een aantal van de geïnterviewde intellectuelen aangeeft er weinig voor te voelen zich daarin mee te laten slepen. Zij zouden het daarom als een aantasting van hun gerechtigde status zou beschouwen als zij zich tot dergelijke taferelen zouden moeten verlagen, omdat de geringste beschavingsnormen als voorwaarde voor een vruchtbaar debat niet standhouden.

Ik ben laatst uitgenodigd om met Joost Niemöller in debat te gaan en dat vond ik best wel beledigend. Het probleem is: Joost Niemöller is een journalist die op internet allerlei rassentheorieën verkondigt. (...) Als er twee mensen naast elkaar [worden ge]zet, dan wordt er impliciet een gelijke waarde aan die meningen toegekend. Ik vind dat je dat dan niet moet doen. (...) Je hebt gewoon een relpubliek dat daar op af komt, want dat weet dat er een rel gaat komen. Wat je dan krijgt is gewoon een soort bokswedstrijd. Wordt gewoon een conflict en dan gaan mensen kijken wie wint. Wordt gewoon een competitie. (...) Dat debat gaat absoluut niet meer om kwaliteit van argumenten. – *Merijn Oudenampsen*

De opvatting over wat de taak van de publieke intellectueel is, wordt bekrachtigd door onderstaande overdenking en door meerdere respondenten wordt in deze lijn gedacht. Zij zijn er juist toe genegen om bij andersdenkenden hun tegendraadse standpunt te verkondigen. Alleen lijken de media, wegens politieke(-ideologische) of markttechnische redenen er weinig voor open te staan dat podium te bieden.

Het liefste [zou ik] in het *AD* of *De Telegraaf* schrijven. Wat heb ik er aan om aan de *NRC*-lezers te vertellen wat zij ook al vinden. Het is veel aardiger natuurlijk om in *De Telegraaf* te schrijven. Dan kun je tegen het publiek inschrijven, ik zou dat enig vinden. En het is natuurlijk jammer, ik heb het nooit geprobeerd hoor, maar *AD* zou het misschien wel doen, als ze dachten dat dat niet de lezers zou kosten of zo. Maar *De Telegraaf* heeft bepaalde politieke doelen. Denk niet dat ze dat [doen]. – *Abram de Swaan*

Meerdere intellectuelen wijzen erop dat het gevaar van een te grote stelligheid altijd op de loer ligt, aangezien het mediaklimaat dit faciliteert. In het verlengde daarvan kan een opiniemaker populistische neigingen gaan vertonen. Als je de stem van het publiek meent te

moeten weergeven, in plaats van je eigen stem, is het volgens een respondent maar zeer de vraag of je (nog) een waarlijke intellectueel bent. In plaats van dat je zegt wat je denkt, zeg je wat je denkt dat je moet zeggen.

Ik denk dat het goed is om een groot publiek op te zoeken, maar op het moment dat je dat probeert te behágen, dan loop je het risico dat je zelf gewoon minder kritisch wordt. Je hebt een opvatting van intellectueel, die denkt dat je als intellectueel woordvoerder moet zijn van het onderdrukte volk. Daar zitten allerlei dingen in die wat mij betreft problematisch zijn. Dat woordvoederschap voor de onderdrukten; geef jij wel precies weer wat het geknechte, onderdrukte volk wil en vindt? Ja, dan zitten we [in de buurt] van iets wat heel bekend voorkomt; het populisme. – *Rob Hartmans*

Veel hangt er volgens de intellectuelen ook af van het soort betrekking dat de opiniërende intellectueel heeft of van zijn financiële positie. Bij een talkshow is dat minder aan de orde, maar als men volgens Thomas von der Dunk een vaste plek in de krant heeft, dan is men minder gedwongen in te spelen op bepaalde markteisen of hoeft men zich er althans minder bewust van te zijn. Een vaste plaats heeft zo als voordeel dat men minder snel geneigd is zich te laten meeslepen door een krampachtige uitlijning van scherpe tegenstellingen. Ik zou daaraan willen toevoegen dat dit ook de authenticiteit van het debat ten goede komt, omdat, zoals Waling zegt, men anders geneigd is ‘verontwaardiging of de boosheid te veinzen’ in plaats van daadwerkelijk te voelen. En waar iets niet werkelijk wordt doorvoeld, ontbreekt vaak de intellectuele scherpte.

Daar waar ik een váste plek heb, bij de *Kanttekening*, de opvolger van de Turks-Nederlandse krant *Zaman Vandaag*, probeer ik ook wel te zoeken naar waar nog niemand anders iets over heeft geschreven, maar dat wil niet zeggen dat ik daar altijd een uitgesproken standpunt tegen de draad inneem, want ik heb daar gewoon een vaste plek. Dat wil dus zeggen dat ik daar misschien in verhouding iets minder frequent duidelijk dwars lig, dan dat wanneer ik bijvoorbeeld in *De Standaard* of de *NRC* iets plaats. – *Thomas von der Dunk*

Verder kunnen we uit de interviews opmaken dat wanneer de publieke intellectueel iets beweert dat té ver van de heersende publieke opinie afstaat, het hem tegenwerkt. Hierdoor wordt zijn succes geremd, en kan een boek of een geventileerde opvatting op zijn hoogst een *succes de scandal* zijn. De media laten zich dan door de algemene opinie meevoeren en in het slechtste geval wordt de stem van de publieke intellectueel volkomen genegeerd. Het gevolg van vooropgezette debatstellingen, waarbij redacties selecteren op basis van wat ze denken wat mensen er van denken, ofwel de algemene opinies van beoogde groepen volgen, is dus

dat de deur voor vernieuwing op een steeds nauwere kier wordt gezet. Een opinieklimaat dat wordt georkestreerd naar verwachtingen, concepties van de reeds aanwezige meningen, snijdt daardoor nieuwe standpunten de pas af en geeft de publieke intellectueel de status van ongewenste zonderling en niet van ‘bezonnen verfrisser’ die hij idealiter zou moeten hebben. Daarmee is niet gezegd dat alle enigszins dissidente opvattingen stante pede de kop in worden gedrukt, want zowel Fennema als Zijderveld geven aan dat tegendraadsheid of ongrijpbaarheid hen op bepaalde momenten in hun carrière ook als handelsmerk van pas kwam, maar we moeten concluderen dat het risico om persona non grata te worden voor de publieke intellectueel gezien zijn aard nu eenmaal aanzienlijk hoog ligt.

Vijf, tien jaar geleden schreef ik al dingen die nu pas eigenlijk allemaal een beetje [bon ton zijn]. Je bent vaak te vroeg met het hardop nadenken over dingen en dat vindt men dan bedreigend of interessant.. (...) Of je wordt bekritiseerd of aangevallen, of genegeerd. Media wachten eerst heel laf af. Paul Scheffer heeft dat meegemaakt met zijn *Multicultureel Drama*; iedereen viel erover heen. En tien jaar later heeft iedereen die opvatting ongeveer. – René Cuperus

We hebben dus kunnen zien dat redacties zich niet zelden in hun keuzes laten leiden door de mate waarin men de gast (politiek-ideologisch) kan indelen. Men schuift niet eerst de genuanceerde middenposities naar voren maar dikwijls worden pertinente antagonisten uitgekozen. Het gaat in de eerste plaats niet om verrijking van inzicht maar om winstbejag, dit leidt in se tot versimpeling, vulgarisering en verdomming. Intelligentie is er immers in eerste instantie in gelegen de nuances aan te kunnen voelen en te detecteren, en deze welbespraakt aan te stippen. Voor publieke intellectuelen maakt ook deze tendens het lastig een consequente stem in het publieke debat te krijgen, feitelijk omdat dit publieke debat nauwelijks meer bestaat maar is geworden tot een kakofonie van dogmatische roepstoeters.

5 Conclusie

5.1 Inleiding

Dit onderzoek vertrok vanuit het vermoeden dat de publieke intellectueel op zijn retour is. De klassieke intellectueel, de *freischwebende Intelligenz* die overal en nergens opduikt en over van alles en nog wat een gefundeerd oordeel had klaarliggen, zou niet of nauwelijks meer bestaan. In de eerste plaats verklaren neergangstheoretici dat vanuit de veranderde functie van de universiteit. De media als mogelijke medeveroorzaker van de neergang zijn daarentegen nog onderbelicht gebleven in bestaand onderzoek. Want waar de academie opgevat kan worden als *kweekvijver* van intellectuelen, vormen de media bij uitstek het *platform* waar de intellectueel zijn opgedane inzichten kwijt kan. De media en de ruimte die zij bieden voor intellectueel heb ik tot voorwerp van mijn onderzoek gemaakt door vooraanstaande publieke intellectuelen uit Nederland te interviewen. Aan de hand van hun ervaringen en het selectiebeleid van enkele televisieprogramma's heb ik kunnen onderzoeken welke positie publieke intellectuelen in de Nederlandse media innemen. De bevindingen uit de interviews hebben de volgende hoofdvraag beantwoord: *Welke invloed heeft de huidige medialogica op de positie van de publieke intellectueel in het televisielandschap?*

5.2 Beantwoording onderzoeksvragen

De eerste deelvraag luidde: *Welke overwegingen maken redacteurs van praatprogramma's in hun programmatische keuzes en hoe verhouden die zich tot de aantrekkelijkheid van de publieke intellectueel als gast?*

Het antwoord van de geïnterviewde redacteurs hierop wijst niet meteen op een onmogelijke positie van intellectuelen in hun programma's, maar er zijn kanttekeningen. Het feit dat twee redacteurs aangeven intellectuelen een diffuus, verouderd begrip te vinden, werpt de gedachte op dat de publieke intellectuelen die worden uitgenodigd niet meteen als zodanig worden gezien. Dit betekent allerm minst dat de geselecteerde programma's per definitie van enige inhoud of intellectueel georiënteerde beschouwing verstoken zijn. Verschillende programma's geven immers blijk van een intellectuele insteek in hun onderwerp- en selectiekeuzes: zij betrekken dikwijls de maatschappelijk-morele dimensies van een vraagstuk en zijn minder op zoek naar gasten die louter kennis hebben van de technische aspecten van een vraagstuk. Daar valt het intellectuele metier dus in grotere mate samen met de doelstelling van het programma.

In meer algemene zin zijn er nog twee zaken die niet direct met het proces van uitnodigen van doen hebben, en ook geen uitsluitel geven over de vraag naar de populariteit van intellectuelen, maar die wel iets over de *intellectuele beweegruimte* vertellen. De redacteurs geven namelijk toe dat ook zij een handreiking naar het grotere publiek hebben moeten doen, door bijvoorbeeld voor ‘kijkers met de aandachtspanne van een pak vla kortere interviews op de site te zetten’. De programma’s houden niettemin vooralsnog vast aan de inhoud via een medium dat zich daar niet bij uitstek voor leent, al dient te worden opgemerkt, zo erkennen ook verschillende geïnterviewde redacteurs, dat de beperkte tijd een probleem blijft.

De tweede deelvraag luidde: *Welk beeld geeft de publieke intellectueel van de media en hoe ervaart de publieke intellectueel als gevolg hiervan zijn positie in de media?*

Ten aanzien van het *dominante* mediadiscours zijn intellectuelen gehoord, en zij wijzen versimpeling en verkorting van spreektijd als de belangrijkste twee pijlers van de medialogica aan. Daarbij komt dat veel talkshows zich in de ogen van intellectuelen steeds meer zijn gaan richten op het vermaakelement en daardoor nauwelijks nog gezien kunnen worden als platform voor een vruchtbaar publiek debat. En wanneer er sprake is van een debatsetting, is de inzet ervan vaak alleen maar om conflict te creëren. Om daar verzekerd van te zijn nodigen veel programma’s slechts gasten uit die in ideologisch opzicht diametraal tegenover elkaar staan. Medialogica kan aan de hand van de interviews met de intellectuelen dus kortweg worden aangeduid met de vier kernwoorden verkorting/versnelling, versimpeling, verleuking/verflauwing en antagonisme.

In lijn hiermee zijn volgens de geïnterviewde intellectuelen de ‘beau monde’ van de journalistiek de meest gevraagde gasten zijn, waardoor de Hilversumse wereld haar rangen steeds meer sluit en ook de selectielogica circulair wordt. Niet de aanwezige kennis in de samenleving is volgens de intellectuelen leidend, maar de toevallige aanwezig- maar vaker afwezigheid ervan bij Hilversumse *socialites*, mensen die bekend zijn omwille van het bekend zijn en niet vanwege bepaalde capaciteiten. Hierdoor ontstaat er een situatie dat waar intellectuele types aan het woord zouden moeten worden gelaten om de betekenis van gebeurtenissen uit te leggen, en de complexiteit ervan niet te omzeilen maar inzichtelijk te maken, het minder onderlegde journalisten zijn die de duidende taak van lieverlede zijn gaan overnemen en het nieuws niet met achtergrondkennis, maar met het nieuws zelf duiden.

Het gevolg van deze constellatie voor hun eigen positie laat zich raden: zij worden door de genoemde zaken steeds meer in de periferie teruggedrongen. Doordat er volgens de

geïnterviewde intellectuelen nog nauwelijks programma's van enige intellectuele of inhoudelijke strekking bestaan en de hier geselecteerde programma's slechts uitzonderingen zijn, is de frequentie waarmee zij worden gevraagd door redacties dermate klein dat zij zich niet kunnen ontwikkelen tot publieke intellectueel in de meest brede zin van het woord, dat wil zeggen iemand die over van alles iets weet, en over dat alles ook een gefundeerde mening heeft en daar ook *bekend* om staat. Hierdoor krijgt de publieke intellectueel geen *frequente* positie in de media, maar kunnen we eerder spreken van *incidenteel optreden*. Intellectuelen in Nederland moeten er in de huidige mediaconstellatie genoeg mee nemen dat zij zo nu en dan, naar aanleiding van een onlangs verschenen boek van hun hand of ophef rondom hun persoon, mogen plaatsnemen aan de stamtafel van talkshows en debatprogramma's. En zelfs naar aanleiding van uitgekomen boeken worden zij soms overgeslagen, omdat het (vermeende) complexe karakter van hun boeken niet strookt met de opzet van de meeste televisieprogramma's.

5.3 Reflectie en toevoegingen op literatuur

In het rapport van het RMO (2003), besproken in hoofdstuk twee, was het eensluidende oordeel van respondenten dat 'de televisie geen bron is van informatie, meningsvorming en discussie'. Dat moet op basis van mijn bevindingen bevestigd worden, en er is aan de hand van de interviews een verklaringsmodel voor opgeworpen: de afwezigheid van discussie en informatievoorziening kan uitgelegd worden door de dominantie van twee modi, waarmee de marginalisering van de publieke intellectueel verklaard kan worden. Aan de ene kant is er de harmonische setting, waarin interventies worden geëgaliseerd – de mening van Dre Hazes over de kredietcrisis is om het zo te zeggen van even grote waarde als die van een intellectueel - om de gemoedelijkheid te bewaren. Om die gemoedelijkheid en harmonie te bewaren, moet bevestigd worden dat er elementen worden ingelast die onder de paraplueterm infotainment geschaard kunnen worden, en die door onder meer Postman (1985) en Thussu (2007) zijn aangehaald als 'verleuking' van de informatiesector. Mijn onderzoek wijst er zodoende op dat harmonie en gemoedelijkheid het *doel* van de meeste praatprogramma's is, en aspecten van infotainment de *middelen* zijn waarmee men dat tracht te bereiken. Niet wat *interessant*, *informatief* of *inzichtrijk* is, maar wat *fijn*, *behaaglijk* en *geinig* is, domineert zowel onze nieuwsvoorziening als de duiding en analyse van actualiteiten. En wat *fijn*, *behaaglijk* of *geinig* is, is gebaseerd op gemakzucht, en gemakzucht sluit zowel complexiteit als pijnpunten uit. De waarlijk belangwekkende zaken worden zo door wat je zou kunnen noemen het proces van trivialisering naar de achtergrond geschoven.

Aan de andere kant bestaat er de logica van de clash, en sluit aan op de analyse van Bourdieu (1996). Hierin worden onenigheden op absurde wijze opgeblazen in een debat van extremen. Media selecteren dikwijls op tegenstellingen, want bij onoverbrugbare meningsverschillen is de kans op conflict het hoogst. Die tegenstellingen worden dikwijls gegoten in het ideologische begrippenpaar links-rechts. Dat betekent dat hoe meer iemand duidelijk ‘een links of rechts profiel’ heeft, daarin volstrekt uitgesproken is, en tevens bereid is met gestrekt been op de ideologische tegenstander in te gaan, hoe groter zijn kans is om te worden uitgenodigd. Die vooropgezette uitgesprokenheid sluit aan bij Bourdieus notie van ‘*fast thinking*’, wat wil zeggen dat wanneer standpunten zijn ingebed in een collectief gedachtegoed ze slechts ‘opgerakeld’ hoeven te worden en men dus ‘snel kan denken’. Logischerwijs volgt hieruit dat er minder ruimte is voor een waarachtige intellectueel, wiens bestaansreden er nu juist uit bestaat dat hij niet voor een gat te vangen is.

Aangaande het specifiekere vraagstuk van de selectielogica of onderhandelingsjournalistiek, zagen we in het theoretische kader al dat Poort (2013) had geconcludeerd dat talkshows in de eerste plaats kijken naar actoren uit het *nieuws*, om vervolgens pas te gaan denken aan iemand die een duidende rol bij het nieuws vertolkt. Die wetmatigheid moet op basis van de interviews met intellectuelen worden bevestigd. Daaraan moet worden toegevoegd dat er door deze selectielogica in toenemende mate een actualisering van de actualiteit plaatsvindt, ofwel zoals ik het al eerder verwoordde ‘het nieuws wordt geduid met het nieuws zelf’. Daarmee wil ik zeggen dat de doelen van veel praatprogramma’s eruit bestaan het nieuws te produceren of te reproduceren, en niet om het in verband te brengen met ontwikkelingen van bijvoorbeeld historische of sociaal-culturele aard, waardoor de gebeurtenissen ook daadwerkelijk *betekenis* zouden krijgen. Deze bevinding vindt weerklank in Bourdieus analyse dat nieuwsvoorziening feitelijk neerkomt op een ‘onhistorische opeenvolging van absurde gebeurtenissen’.

Reflecterend op de neergangstheze, zoals die door onder andere Posner (2002) en Jacoby (1987) is geschetst, blijkt uit mijn onderzoek dat hiertegenover de broodnodige nuances moeten worden gemaakt. Men moet niettemin erkentelijk blijven voor de alarmerende conclusies van deze ‘neergangstheoretici’ en ook niet meegaan met de auteurs die de rol van de intellectueel dusdanig bagatelliseren dat ze schijnen te willen zeggen dat we ons helemaal niet druk moeten maken over een eventuele neergang, want als er iets verloren gaat, is dat niet van groot belang (Hall, 2002). Intellectuelen zijn teruggedrongen naar de *marges* (‘niet zonder reden kun je midden in de nacht op de radio wel twee uur praten’), en de ontwikkeling van hun positie zou je kunnen duiden als een verandering in hun status, namelijk van publieke

intellectueel in semipublieke intellectueel. Daarom stel ik voor de ontwikkeling van de positie van de publieke intellectueel niet als een neergang te duiden, maar om semantische verwarring te voorkomen, neergang impliceert namelijk iets als verdwijnen, te spreken van áchteruitgang of marginalisering. Want intellectuelen brengen hun boeken nog steeds naar de uitgeverij, publiceren nog steeds in weekbladen en kranten en zijn sporadisch nog steeds op de televisie te zien, maar de mate waarin ze vooral dat laatste doen is zienderogen afgenomen. Decentralisatie van de meningsvorming en het publieke debat – mainstream talkshows kunnen vanwege hun ‘gezellige karakter’ immers moeilijk meer als bakens van meningsvorming worden gezien – heeft de *centrale* plaats van publieke intellectuelen verdrongen.

Deze ontwikkelingen betekenen allerminst dat alarmisme ongepast of onnodig zou zijn. Als je de lijn immers doortrekt, kun je je inderdaad schrikwekkende voorstellingen maken van een samenleving zoals die door Postman (1985) wordt geschetst, waarin we in één grote speeltuin leven en niks van enige waarde is zolang het niet ‘leuk’ is. Dat dit niet letterlijk zo zal zijn, hebben we dan ook vooral te danken aan individuen die zich in weerwil van wat dan ook tegen de tijdsgeest blijven verzetten, een categorie van mensen waaronder ‘intellectuelen’ vallen. En om de vallende curve omhoog te buigen, zouden hun geluiden, die ze nog altijd bereid zijn te geven, publieker moeten worden gemaakt.

5.4 Beperkingen en vervolgonderzoek

De beperkingen van dit onderzoek kwamen al in het methodenhoofdstuk aan bod: het geringe aantal praatprogramma’s waarvan ik de redacteurs heb kunnen interviewen. Dat is een aderlating, want hierdoor is de empirische basis van oordelen over de medialogica aanzienlijk gekrompen. Zeker van de mainstream talkshow zou het in dit kader toch interessant zijn geweest de selectieprocedures te achterhalen. Hierdoor heb ik alleen de visie van intellectuelen op de selectiologica van talkshows als *Pauw* en *DWDD* kunnen schetsen. Wat betreft de intellectuelen die aan het onderzoek hebben deelgenomen, gaat het om een behoorlijk representatieve groep. De publieke intellectuelen die niet op mijn verzoek ingingen, of die ik mogelijk over het hoofd heb gezien, vormen slechts een lichte beperking voor de representativiteit van dit onderzoek. Ik denk hier aan mensen als Bas Heijne en Paul Scheffer die in Nederland dikwijls genoemd worden, en net wat bekender zijn en frequenter op televisie verschijnen dan de gemiddelde intellectueel uit mijn dataset. Niettemin moeten ook zij niet worden gezien als vergroeid onderdeel van ‘de Hilversumse biotoop’, dus derhalve meen ik dat de intellectuelen die in dit stuk voorkomen een aardige afspiegeling vormen van het intellectuele landschap heden ten dage in Nederland. Gezien de constanten van hun

responsies betreffende de elementaire vraagstukken van mijn onderzoek is de kans op reproduceerbaarheid van mijn bevindingen bepaald hoog.

Dit gezegd hebbende, ligt er nog een goudmijn open die ik vanwege de beperkte lengte van een scriptietraject niet heb kunnen aanroeren. Ook de geïnterviewde intellectuelen hebben zaken geopperd die rijp zijn voor toetsing. Allereest zou vanuit een historisch-sociologische benadering een krantenonderzoek kunnen worden uitgevoerd: de opiniepagina's 'toen en nu', de onderwerpen van de columns toen en nu: hebben zich daar inderdaad veranderingen in voltrokken en is er sprake van een kwaliteitsdegeneratie? Wie mochten die stukken toen en nu schrijven? Hoeveel woorden konden de opiniemakers per stuk kwijt en hoeveel stukken verschenen er dagelijks? En is er qua woordkeuze, zinsformuleringen en geleerdheid (aantal verwijzingen?) iets veranderd? In hoeverre komen de opiniestukken in onze en verleden tijd met elkaar overeen? Met andere woorden, in hoeverre vertonen columnisten conformistische, eensgezinde neigingen en hoezeer moeten we hun bijdragen als verfrissend, vernieuwend en origineel zien? En hoeveel van de stukken zou men als ideologisch gebonden kunnen beschouwen? Het zijn deze en meer vragen aangaande het maatschappelijke debat en zijn haardvuren, die én aanwijzingen geven over de positie van de publieke intellectueel én het peil van het publieke debat kunnen ontsluiten.

Daarnaast dient opgemerkt dat onderzoek in de mediawetenschappen zich nog te veel beperkt tot dat wat louter het nieuws of informatievoorziening behelst. De aandacht die wordt besteed aan het publieke debát en andere epicentra van meningsvorming is bij mijn weten tamelijk summier, zeker wanneer men journalistiek in bredere zin opvat. Dat wil zeggen niet alleen als het vastleggen van gebeurtenissen, maar ook als een platform voor (wetenschappelijke) kennis, duiding en meningsvorming. Ook zou in dit kader de verhouding nieuwsvoorziening-duiding kunnen worden onderzocht en of die inderdaad zoals in dit onderzoek gesuggereerd is overwegend in het voordeel van eerste valt.

Aanbeveling voor vervolgonderzoek betreft voorts een verdieping van wat uit de interviews is gekomen: men zou idealiter een aantal dagen incognito op redacties moeten meelopen met een notitieblok in de aanslag, om te kijken hoe het selectieproces in zijn werk gaat, zeker omdat men dan zich minder hoeft te baseren op alleen de *visies* van de geïnterviewden, en men meer zelf, als buitenstaander kan observeren. Daarnaast zou men ook zelf met publiekelijk beschikbare gegevens aan de slag kunnen. Bij alle hier genoemde programma's kan men de volgende vragen stellen: hoe vaak zijn mensen die we als publieke intellectuelen kunnen aanmerken uitgenodigd; hoeveel procent van de besproken

onderwerpen is daadwerkelijk maatschappelijk relevant en wat voor een personen vraagt men daarbij?’ Dit type onderzoek is weliswaar oppervlakkiger dan bijvoorbeeld meelopen op een redactie of het afnemen van interviews met redacteuren, omdat je niet het denkproces dat voorafgaat aan de selectiekeuzes in kaart kunt brengen, maar heeft niettemin een feitelijker karakter dan interviews en eigen observaties. Het ideale scenario zou een combinatie van deze verschillende typen onderzoek zijn.

Literatuurlijst

- Altheide, D. L. en Snow R.P. (1991). *Media Worlds in the Postjournalism Era*. New York: Aldine de Gruyter.
- Bagdikian, B. (1983). *Media Monopoly*. Boston: Beacon Press.
- Baudrillard, J. (1985). The Implosion of the Social in the Media. *New Literary History*, 16(3), pp. 577-589.
- Benda, Julien. (1927). *The Treason of the Intellectuals*. Transaction Publishers.
- Bennett, James (2011). *Television Personalities: Stardom and the Small Screen*. New York City, New York: Routledge.
- Berlin, I. (1958). *Two Concepts of Liberty*. Oxford, VK: Oxford University Press.
- Blumer, H. (1954). What's wrong with Social Theory? *American Sociological Review*, 18, pp. 3-10.
- Boeije, H. (2005). *Analyseren in kwalitatief onderzoek. Denken en doen*. Amsterdam: Boom Lemma Uitgevers.
- Boer, Fijgje de (2011): De Grounded Theory Approach: een update. *Tijdschrift voor Kwalitatief Onderzoek*, 16(1), https://www.tijdschriftkwalon.nl/inhoud/tijdschrift_artikel/KW16-1-25/De-Grounded-Theory-Approach-een-update.
- Bolkestein, F. (2011). *De intellectuele verleiding. Gevaarlijke ideeën in de politiek*. Amsterdam: Bert Bakker.
- Bourdieu, P. (1996). *Sur la télévision*. Parijs: Liber-Raisons d'agir.
- Bowen, Glenn A. (2006). Grounded Theory and Sensitizing Concepts. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(3), pp. 1-9.
- Brants, K. (1998). Who's afraid of infotainment? In: *European Journal of Communication*, 13(3), pp. 315-335.
- Charmaz, K. en Belgrave, L. L. (2012). Qualitative interviewing and grounded theory analysis. In: *The SAGE Handbook of Interview Research: The Complexity of the Craft*. Londen: SAGE Publications Inc.
- Croteau, D. en Hoynes, W. (2001). *The Business of Media: Corporate Media and the Public Interest*. Newbury Park, CA: Pine Forge Press.
- Dahrendorf, R. (2005). *Engagierte Beobachter. Die Intellektuellen und die Versuchungen der Zeit*. Wenen: Passagen Verlag.
- Deuze, M., & Witschge, T. (2017). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, 19(2), 1-17.
- Drok, N. (2015). Terug naar het publiek. Civiele journalistiek in de netwerksamenleving. In: Bardoel, J. en Wijfjes, H. (ed.) (2015). *Journalistieke cultuur in Nederland*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 255-269.

- Dunk, H. von der (2016). *De wereld als getal en andere broze zekerheden*. Amsterdam: Bert Bakker.
- Eztioni, A. en Bowditch, A. (ed.) (2006). *Public Intellectuals. An endangered species?* New York, NY: Rowman & Littlefield Publishers.
- Foucault, Michel (1980). *Power/knowledge. Selected interviews and other writings, 1972-1977*. New York: Pantheon.
- Foucault, M. *The Birth of Biopolitics. Lectures at Collège de France 1978-79*. Michel Senellart (ed.), trans. Graham Burchell. (2004). New York: Picador.
- Frank, Marcie. (2005). *How to Be an Intellectual in the Age of TV. The Lessons of Gore Vidal*. Durham en Londen: Duke University Press.
- Furedi, F. (2004). *Where have all the intellectuals gone? Confronting 21st century philistinism*. Londen/New York: Continuum Press.
- Gabriëls, R. (2001). *Intellectuelen in Nederland. Publieke controversen over kernenergie, armoede en Rushdie*. Amsterdam: Boom Uitgevers.
- Gordon, C. eds. (1980). *Power/Knowledge: selected interview & other writings. 1972-1977. By Michel Foucault*. New York: Pantheon Books.
- Graber, D.A. (1994). The Infotainment Quotient in Routine Television News: A Director's Perspective. In: *Discourse & Society*. 5(4), pp. 483-508.
- Guicherrie, V. (2012). De academicus als opiniemaker. *Filosofie en Politiek*, <http://www.filosofie-enpolitiek.nl/uit%20de%20media/41.html>.
- Habermas, J. (1962). *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen der bürgerlichen Gesellschaft*. Berlin: Suhrkamp Verlag.
- Hall, S. (1973). The Determination of News Photographs. In Cohen, S. en Young, J. *The Manufacture of News: Deviance, Social Problems and Mass Media*, London: Constable, 226–243.
- Harcup, T., & D. O'Neill. (2016). What is news? News values revisited (again). *Journalism Studies*, pp. 1-19.
- Hartmans, R. (2000). *Vaarwel dan! Essays over intellectuelen en hun illusies*. Soesterberg: Aspekt Uitgeverij.
- Hartmans, R. (2013). *Grondsop en verwarring. Essays over intellectuelen en hun illusies 2*. Soesterberg: Aspekt Uitgeverij.
- Herman, E. S. en Chomsky, N. (1988). *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.
- Heynders, O. (2009). *Voices of Europe. Literary Writers as public intellectuals*. Tilburg: Tilburg University.
- Heynders, O. (2016). *Writers as public intellectuals. Literature, Celebrity, Democracy*. Published in association with the Centre for Modern European Literature, University of Kent, UK.
- Ignatieff, M. (1997) The Decline and Fall of the Public Intellectual. *Queen's Quarterly*; Kingston, Ont. 104(3), pp. 395-403.

- Jacoby, R. (1987). *The last intellectuals: American culture in the age of academe*. Basic Books: New York.
- Jacoby, R. (2000). Intellectuals and their Discontents. *The Hedgehog Review*, pp. 36-52.
- Jacoby, R. (2008). Last thoughts on *The Last Intellectuals*. *Symposium: Public intellectuals then and now*. Berlijn: Springer Science+Business Media.
- Johnson, Paul (1988). *Intellectuals: From Marx and Tolstoy to Sartre and Chomsky*. New York, N.Y.: Harper & Row.
- Judt, T. (1992). *Past imperfect. French Intellectuals 1944-1956*. Berkeley: University of California Press.
- Kee, P. (2012). *Het briefje van Bleker. Over intriges op het Binnenhof, politici, spindoctors en Pauw en Witteman*. Amsterdam/Antwerpen: Atlas Contact.
- Klei, E. (2013). 'Hartmans: 'Niet alle columnisten zijn intellectueel'. Interview Rob Hartmans, auteur 'Grondsop en Verwarring, essays over intellectuelen en hun illusies'. *The Post Online*, <https://cult.tpo.nl/2013/12/09/rob-hartmans-niet-alle-columnisten-zijn-intellectueel/>.
- Kraak, H. (6 maart 2017). Ook in 2016 waren talkshows overwegend bevolkt door blanke mannen. *De Volkskrant*, <https://www.volkskrant.nl/media/ook-in-2016-waren-talkshows-overwegend-bevolkt-door-blanke-mannen~a4470505/>.
- Koch, T. & Obermaier M. (2014). Blurred Lines. German freelance journalists with secondary employment in public relations. *Public Relations Review*. 40, pp. 473-482.
- Kurzman, C. en Owens, L. (2002). The Sociology of Intellectuals. *Annu. Rev. Sociol.* 28, pp. 63-90.
- Mannheim, K. (1929). *Ideologie und Utopie. (Schriften zur Philosophie und Soziologie 3)*. Bonn: Cohen.
- Marciano, D-P. (2007). *Hoe worden formulations gebruikt in de programma's van Pauw en Witteman?*
- Mason, J. (2002). *Qualitative researching*. Londen: SAGE Publications.
- Middelaar, L. van (2000). 'Ik voel me door niets gebonden wat ik ooit heb geschreven, maar ik trek er ook geen woord van terug'. *Trouw*, 14 april, <https://www.trouw.nl/home/-ik-voel-me-gebonden-door-niets-van-wat-ik-ooit-heb-geschreven-maar-ik-trek-er-ook-geen-woord-van-terug~a262aad5/>.
- Moy, P., Xenos, M., en Hess, V.K. (2005). Communication and Citizenship: Mapping the political effects of infotainment. *Mass Communication & Society*. 8, pp. 111-131.
- Nauta, L., Vries, G. de, e.a. (1992). *De rol van de intellectueel. Een discussie over distantie en betrokkenheid*. Amsterdam: Van Gennep.
- O'Neill, D. (2012). No Cause for Celebration: Celebrity News Values in the UK Quality Press. *Journalism Education*. 1(2), pp. 26-44.
- Os, P. van (2007). De publieke intellectueel als gevierde martelaar. *De Groene*, nr. 42, <https://www.groene.nl/artikel/de-gevierde-martelaar>.

- Pels, D. (2000). *The Intellectual as Stranger. Studies in spokespersonship*. Abingdon: Taylor & Francis Ltd.
- Pickard, V. (2016). Media failures in the age of Trump. *The political economy of communication*, 4(2), pp. 118-122.
- Posner, Richard A. (2002). *Public Intellectuals. A study of Decline*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Poell, T. en Dijk, J. van (2015). *Democratisering van het nieuws. Sociale media en onafhankelijkheid van de journalistiek*. In: Bardoel, J. en Wijfjes, H. (red.) (2015). *Journalistieke cultuur in Nederland*. Amsterdam: Amsterdam University Press, pp. 343-359.
- Poort, C. (2013). *'De macht van exclusiviteit'*. Masterthesis.
- Postman, N. (1985). *Amusing Ourselves to Death. Public Discourse in the Age of Show Business*. Londen: Penguin Books.
- Praag, P. van en Brandts, K. (2014). *De macht van de medialogica*. In: Idem (red.). (2014). *Media, macht en politiek. De verkiezingscampagne van 2012*. Diemen: AMB.
- Rickless, Samuel C. (2012). Should Philosophers Become Public Intellectuals? *Global Academe: Engaging Intellectual Discourse*, p. 151-161.
- RMO (2003). Advies 26. Medialogica. Over het krachtenveld tussen burgers, media en politiek. Den Haag: RMO, <http://docplayer.nl/11383101-Medialogica-over-het-krachtenveldtussen-burgers-media-en-politiek-advies-26.html>.
- Roulston, K. (2010). *Reflective Interviewing. A guide to theory and practice*. London: Sage Publications Ltd.
- Rovers, F. (1995). Intellectuelen in het 'roze decennium'. Het Comité der Waakzaamheid en de strijd om de menselijke waardigheid, 1936-1940. In: Weerdenburg, J. (1995). *Intellectuele kringen in de twintigste eeuw*. Utrecht: Bureau van Studium Generale en Historisch Tijdschrift Aanzet, Studium Generale reeks 9503, pp. 1-132.
- Ruigrok, N. et. al. (2012). Impact van Pauw & Witteman. *Nederlandse Nieuwsmonitor*, <http://nieuwsmonitor.org/wp-content/uploads/Pauw-en-Witteman.pdf>.
- Santen, Rosa van en Liesbet van Zoonen (2009). Stand van de wetenschap: Popularisering en personalisering in politieke communicatie. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*. 37(2), pp. 155- 176.
- Schalk, David L. (1978). *The Spectrum of Political Engagement: Mounier, Benda, Nizan, Brasillach, Sartre*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Scheuer, J. (2001). *The Sound Bite Society. How Television Helps the Right and Hurts the Left*. Abingdon-on-Thames, UK: Taylor & Francis Ltd.
- Schudson, M. (1998). The Public Journalism Movement and Its Problems. In: D. Graber, D. McQuail & P. Norris (Eds.). *The Politics of News. The News of Politics*. (pp. 132-149). Washington: CQ Press.
- Small, Helen ed. (2002). *The Public Intellectual*. Hoboken, New Jersey: Blackwell Publishers.
- Strömbäck, J. (2008). Four phases of mediatization: An analysis of mediatization in politics. *Press/Politics*, 13(3), pp. 228-246.

Thussu, D. K. (2007). *News as Entertainment. The Rise of Global Infotainment*. Londen: Sage.

Tonkens, E. (2009). Waar blijven de intellectuelen? De publieke rol van wetenschap in tijden van valorisatie en internationale peer review. In: *Wijsgerig Perspectief*. 4, pp. 24-31.

Vegesack, T. von (1986) (vert.). *De intellectuelen. Een geschiedenis van het literaire engagement 1898-1968*. Amsterdam: Meulenhoff.

