

Maatschappelijk Verbonden Overheidscommunicatie

Ook staatssecretaris Van Bijsterveldt kreeg tijdens de mediadrukte vragen over het zeilmeisje Laura. Het antwoord dat ze gaf was veelzeggend. De staatssecretaris kwam niet veel verder dan de gortdroge, communicatief troosteloze tekst 'dat het meisje eerst sociale vaardigheden met haar leeftijdsgenootjes moet leren'. Dit antwoord illustreert het fundamentele, existentiële probleem van de overheidscommunicatie. En daarover gaat dit manifest, over waarom onze bestuurders, politici en ambtenaren die taal spreken, over dat velen deze overheidstaal wantrouwen, over hoe het zo ver heeft kunnen komen, over hoe het allemaal weer goed zou kunnen komen en over het licht dat aan de horizon gloort.

Bestuurders, politici, maar ook de representanten van andere overheidsinstituties hebben met elkaar een taal aangeleerd die steeds verder losgezongen is van de samenleving. Het is een taal die vooral tot wantrouwen leidt en die het gezag van bestuurders en politici steeds verder ondermijnt. Dan mag het niet verbazen, dat uit onderzoek blijkt dat de gehele actieve Nederlandse politieke elite nagenoeg geen vertrouwensvotum meer heeft. Geen politicus scoort meer dan 40% vertrouwen. Dat is nog nooit eerder vertoond.

*'Huidige overheidstaal
wordt alom in twijfel getrokken'*

De taal die politici en bestuurders spreken maakt, zo leren de vertrouwenscijfers, geen enkele verbinding meer. Het ontbeert hen aan het vermogen om zich te uiten op een wijze die wel verbinding maakt. En zo moeilijk is dat toch niet. Want hoe anders zou de taal van de staatssecretaris geweest zijn als ze in haar reactie op Laura had gezegd: 'Ik moet eerst kwijt dat ik veel respect en bewondering heb voor Laura. Wat geweldig dat iemand op deze leeftijd zulke geweldige ambities heeft. Maar ze zadelt ons op met de vraag hoe we hier mee moeten omgaan? Kan het wel met oog op de leerplicht? Dat gaan we uitzoeken. Maar blijft staan mijn bewondering voor Laura'. Het zou een taal geweest zijn, die wel verbinding maakt. De alom positieve reacties op de woorden van Job Cohen, die hij koos toen hij zichzelf kandideerde als PvdA-lijsttrekker, illustreren dat de behoefte aan deze verbindende taal groot is.

De komst van een nieuwe overheidstaal is zeer noodzakelijk, want steeds vaker zien we dat het resultaat van overheidscommunicatie is dat het vertrouwen, geloofwaardigheid en gezag verder achteruit hollen. En de gevolgen worden met

de dag dramatischer. Dat maakt het voorbeeld van de DSB affaire duidelijk. Gedupeerden van de ineengestorte DSB-bank waren vooral teleurgesteld in directeur Wellink van de Nederlandsche Bank en minister van Financiën Bos. Deze hadden immers verklaard dat de DSB-bank in gezonde conditie was. DSB-klanten hadden beide heren geloofd en hun geld bij de DSB-bank laten staan. Veertien dagen later viel de bank alsnog om en richtten de kritische pijlen zich ook op Bos en Wellink. De gedupeerden voelden zich door hen misleid. Weer een deuk in gezag en geloofwaardigheid.

In de huiskamer, op het werk, aan de kaarttafel, op de tribune overal en steeds weer is er wel iemand die met grote stelligheid en zeer overtuigd van het eigen gelijk het tegenovergestelde beweert van wat de overheid verkondigt. Bij doorvragen blijkt dat de overheidsinformatie in twijfel wordt getrokken en niet wordt vertrouwd. En die twijfel en dat wantrouwen wordt dan onderbouwd met voorbeelden die zijn ontleend aan persoonlijke ervaringen, aan 'horen zeggen', aan internetinformatie en/of aan media-informatie. En bij nog wat verder doorvragen, wordt duidelijk dat de goegemeente sterk de indruk heeft dat 'de overheid' vooral het geïstitutionaliseerd eigenbelang voor ogen heeft en veel minder de belangen van 'ons gewone stervelingen'. Een almaar toenemend deel van de samenleving steekt hun argwaan, wantrouwen en weerzin over het werk van 'hun' bestuurders, politici en ambtenaren niet onder stoelen of banken. En het is aan de orde van de dag, dat minimaal de suggestie wordt gewekt dat 'de overheid' zich niet goed van haar taken zou kwijten. De ene keer is het een burger die meent de dupe te zijn van 'vriendjespolitiek' door een wethouder die met het algemeen belang voor ogen oprechte en doordachte voorstellen doet, de andere keer is het een politicus die met een paar geinige oneliners de vloer aanveegt met een kabinetsplan, weer een andere keer is het een televisiemaker die zendtijd vult met een al dan niet vermakelijke misser van overheidswege. In welke groep je je ook begeeft, op de radio en televisie, in (online) kranten, op internetfora steeds weer en altijd krijgt de overheid er van langs. En dat, terwijl miljoenen van ons maandelijks keurig op tijd uitkeringen, toeslagen, subsidies ontvangen, duizenden zonder er iets voor te hoeven doen hun bij de verkeerde bank ondergebrachte spaargeld terugontvangen, tienduizenden rechtszaken zonder vormfouten worden afgehandeld, miljoenen dagelijks onderwijs genieten, in de meest uiteenlopende zorgcentra vele anderen met de benodigde zorg worden omringd. Vele uren van de dag zijn vele duizenden bestuurders en ambtenaren in de weer om al dat overheidswerk mogelijk te maken waar de samenleving op enigerlei wijze en op enig moment baat bij heeft.

***'Politici stellen eigen belang
boven het algemeen belang'***

Het eigenaardige is dat het de bestuurlijke en politieke elite nauwelijks moeite lijkt te kosten om alle positieve kanten van het overheidswerk in hun openbare optredens te bedekken onder een schier eindeloze woordenbrij, met geen ander doel dan ten faveure van een vermeend eigen voordeel collega-bestuurders en - politici de hand boven het hoofd te houden, de wind uit de zeilen te nemen, een resultaat te misgunnen, in een kwaad daglicht te stellen, te ridiculiseren, noem maar op. Verwijten, meningen en standpunten worden met een grimmige verbetenheid te berde gebracht en de verongelijkte reacties erop maken de communicatie niet bepaald verteerbaar. En journalisten, commentatoren en verslaggevers ('de media') stoken die vuurtjes maar al te graag op. De media gaan er prat op dat zij als 'buitenstaanders' natuurlijk geen verantwoordelijkheid dragen voor wat de bestuurders en politici zeggen of nalaten te zeggen. De media zouden slechts ten dienste van de samenleving zichtbaar maken wat ze 'registreren' en 'waarnemen'. De onverholen insinuaties, de in vragen verpakte meningen, de apert onjuiste samenvattingen, de denigrerende toontjes en ga zo maar door zijn hun brandstoffen. Voor echte buitenstaanders allemaal onbegrijpelijk gedoe. Wat in de samenleving wel beklijft, is het onvermogen van bestuur, politiek en ambtenarij. Onvermogen om hun voornemens, dilemma's, aarzelingen, afwegingen, keuzes op een ordentelijke wijze voor het maatschappelijke voetlicht te brengen. Wat beklijft, is een overheid die vooral met zichzelf bezig lijkt te zijn, spelletjes speelt, eigen zakken vult, eigen belangen dient. Kortom, een overheid die niet werkt.

Een verklaring van deze afkeer ligt in de ingrijpend veranderde rolverdeling tussen overheid en samenleving. Er is sprake van fundamentele structuurveranderingen. Was voorheen een verticale gezagsrelatie het vertrekpunt, waarbij de overheid op basis van haar gewelds- en belastingsmonopolie het laatste woord had, tegenwoordig is een horizontale relatie in verdichte netwerken - waarbij de overheid slechts één der actoren is - meer en meer het vertrekpunt. Het laatste woord bestaat daarin niet langer. In het rapport van de Raad voor het Openbaar Bestuur, Vertrouwen op democratie komt de raad tot een vergelijkbare analyse in haar zoektocht naar de wortels van de vertrouwens kloof tussen samenleving en politiekbestuur. Alom gebruik van een zich almaar uitdijend aantal interactieve communicatietoepassingen heeft onze samenleving gehorizontaliseerd. Maar politiek, bestuur en overheid zijn niet mee geëvolueerd met deze maatschappelijke ontwikkeling. Zij zijn verticaal, op basis van verondersteld hiërarchische gezagsverhoudingen met claims op de eigen waarheid en vermeende objectieve feiten, blijven opereren. Dat wringt en daardoor zijn politiek en bestuur losgeraakt van de samenleving. De samenleving keert zich af.

Overheidscommunicatie en de taal van politici en bestuurders worden bij uitstek gekenmerkt door verticaal communiceren. Het is nog immer gestoeld op de oude hiërarchische gezagsverhouding en is dus per definitie 'zendercommunicatie'. Ondanks de fundamentele structuurveranderingen functioneert de overheidscommunicatie vooral als zendercommunicatie, met vaak mislukte pogingen om aan te sluiten bij de volwassen samenleving. Zo worden er wel processen van interactie en dialoog opgezet, maar aan het einde van de rit, komt altijd weer de overheid om de hoek die communiceert, praat en handelt vanuit haar 'oude, vertrouwde' hiërarchische positie, die zegt het algemeen belang te dienen en bepaalt hoe de werkelijkheid eruit ziet. En bij andere, afwijkende geluiden uit de samenleving reageert de overheid met een ingetogen verontwaardiging en gaat dan op haar strepen staan. Dan verwordt de communicatie tot absolute stellingnamen, tot zogenaamde daadkracht en wordt er alles aan gedaan om gezichtsverlies te voorkomen.

*'Overheid ontbeert gezag
om daadkracht te kunnen tonen.'*

De manier en wijze waarop de overheid communiceert, is in historisch perspectief relatief nieuw. De wortels van de hedendaagse overheidstaal liggen in de jaren tachtig. Juist op een moment dat de verticale relatie de horizontale erbij kreeg, versterkte de overheid juist het verticaal communiceren. Contrair aan de fundamentele structuurveranderingen die zich openbaarden. Onder invloed van het veronderstelde zegenrijke werk van marktwerking rukte de marktgedachte op binnen de overheid. Dat leidde tot het vermarkten van tal van overheidstaken en dwong overheidsinstanties te werken zoals in bedrijfsleven standaard was. Markt en bedrijfsleven werden de ideologische bakens waarop politiek en bestuur voeren. En er was geen houden meer aan. Openbaar vervoer, gezondheidszorg, energievoorzieningen en de overheid zelf moesten eraan geloven. Nederland werd een marktstaat. Burgers klanten. In zijn boek 'Niemand regeert. De privatisering van de Nederlandse politiek' beschrijft Marc Chavannes, de pijnlijke resultante van deze ideologische marktoperatie. Met het marktdenken werd binnen de overheid als vanzelf de wijze waarop het bedrijfsleven communiceerde geïntroduceerd. Als bedrijven en hun producten zich met hun uitgekende marketingcommunicatie met succes op de markt en bij klanten presenteerden, moest dat toch ook voor (semi)overheidsorganisaties en hun vertegenwoordigers kunnen. En zo werd de aanpak, werkwijze, taal en communicatievisie vanuit het bedrijfsleven naar de overheid overgeheveld en toegepast. Een werkwijze die juist, omdat marketingcommunicatie per definitie vertrekt vanuit eigen belang en werkelijkheid, het verticaal communiceren alleen maar versterkte.

Zo werden gemeenten, departementen, bewindspersonen en politici 'merken' die met een doordachte aanpak 'aan de man gebracht' konden worden, met een scherp profiel gepositioneerd dienden te worden. De wijze van spreken van vertegenwoordigers van overheidsdiensten veranderde in een taal van kernboodschappen, oneliners, soundbytes en slogans. Gelijk bedrijven over zichzelf en hun producten communiceren. Het geheel mondde uiteindelijk uit in een permanente slag met de 'vermarkte' media, waar nieuws meer en meer werd verpakt in 'infotainment-producten' in de slag om kijk- en verkoopcijfers, om beeldvorming en reputatie. Zoals in het bedrijfsleven is overheidscommunicatie steeds meer in dienst komen te staan van de reputatie van de organisaties en haar vertegenwoordigers. Het is meer en meer een vorm van egocommunicatie geworden. Net als bedrijven met enthousiasme – vaak met narcisme, overdrijving en halve waarheden- over hun aanbod en zichzelf vertellen, gingen overheidsinstanties en politiek dat ook doen. Ze zijn zichzelf en het beleid gaan zien als 'een product' dat aan de man of vrouw gebracht moet worden. Hun communicatie is in hoge mate een verkoopbevorderende activiteit geworden, gepaard gaande met verticaal opereren. En net als ondernemers niet twijfelen aan de kwaliteit en het succes van het eigen product, doet de politieke en bestuurlijke elite dat ook niet. Als uit peilingen of bij verkiezingen blijkt dat de samenleving zich niet heeft laten overtuigen door de toelichtingen, verklaringen en campagnes, dan hoef je niet lang te wachten op de communicatiereflex dat 'wij het nog niet begrepen hebben', of erger, dat 'wij ons hebben laten misleiden'. De zelfreflectie spitst zich dan toe op de vraag 'hoe de boodschap een volgende keer beter voor het voetlicht moet worden gebracht' en niet op de vraag 'wat leren we van de (re)acties in de samenleving'. Wie weleens programma's beluistert of bekijkt waar burgers met politici in gesprek gaan, zal vaststellen dat waarnemingen of meningen van burgers door politici zelden beantwoord worden met: 'u heeft gelijk'. Nee, altijd hebben we ongelijk en demonstreert de politicus zijn waarheid en gelijk. Antwoorden sluiten zelden aan bij de intentie van de vraag, de ander heeft het altijd niet goed begrepen of ziet het verkeerd.

Anderzijds is deze vermarketing ook gestimuleerd door de samenleving. Vertragingen, wachtlijsten, kostenoverschrijdingen, verkwisting, misbruik, tekorten maakten dat de roep om meer effectiviteit en efficiëntie de boventoon kon gaan voeren. En de markt had bewezen –althans in de beeldvorming- dat te kunnen waarmaken. Dus kom op politici, kopieer dat gedrag. In die zin versterkten beide partijen elkaar als antwoord op de veranderende verhoudingen en verwachtingen met een meer op de marktgerichte benadering. Door zichzelf te profileren als krachtig en alwetend probeerden politici en bestuurders hun 'verloren gewaande oude machtpositie' alsnog veilig te stellen. En de media, het derde wiel aan deze wagen, zorgden ervoor dat de overheid en de samenleving nog sterker in de houdgreep kwamen vast te zitten. De onvrede over de overheid

borrelde uit de samenleving op, waarop de overheid met daadkracht reageerde, wat, in een veelzijdige realiteit zelden waardering vond, een reden te meer voor de samenleving om haar ongenoegen te uiten en vervolgens wilde de overheid met krachtige boodschappen haar daadkracht aantonen. Zonder resultaat, zo moeten we, op grond van de vertrouwenscijfers voor bestuur en politiek, vaststellen.

*‘Overheidscommunicatie is steeds meer
in handen gekomen van maakbaarheidsideologen’*

Naast het verticaal communiceren, waarbij eigen gelijk van bestuur en de reputaties en beeldvorming domineren, is overheidscommunicatie door de jaren heen ook meer en meer gebaseerd op de sterk ideologisch gekleurde aanname van de maakbaarheidgedachte. Kern daarvan is dat je als overheid burgers met een uitgekende communicatiestrategie zou kunnen bewerken.

Overheidscommunicatie is steeds meer in handen gekomen van deze maakbaarheidsideologen die de realiteit (samenleving en haar burgers) met modellen en (vermeende) wetenschappelijkheid analyseren en op basis daarvan communiceren. In die zin is het frappant dat de overheid meer en meer een speler is geworden in verdichte onoverzichtelijke netwerken die zichzelf toch door haar gedrag en opstelling boven het gepeupel probeert te verheffen. En dan naar de samenleving schreeuwen hoe zij moeten spelen, en waar zij behoren te staan.

Dit heeft geleid tot een zorgelijk communicatief landschap. Bestuurders en politici, met inbegrip van hun ambtenaren, assistenten en adviseurs hebben zich een taal aangemeten waarin wij burgers met kernboodschappen, egopraat, slogans en oneliners worden toegesproken. Departementen, gemeenten, politie, het OM, noem maar op spannen zich continue in om zichzelf als organisatie ‘op de kaart te zetten’. Zo vroeg de gemeente Emmen recent een corporate communicatieadviseur om, zo vertelde de advertentie, ‘Emmen op de kaart te zetten’ en streden de gemeenten Maastricht en Nijmegen over wie zich de oudste gemeente van Nederland mocht noemen. Dat was voor hun citymarketing van het grootste belang. Ook werd in de aanloop naar de laatste Europese verkiezingen herhaaldelijk door zelfbenoemde deskundigen betoogd dat Europa ‘een sterk merk’ is; concludeerde de VVD commissie die onderzoek deed naar een verkiezingscampagne, dat de lijsttrekker Mark Rutte onvoldoende tijd had om ‘zich als merk te profileren’; zei oud burgemeester van Rotterdam Opstelten over zichzelf bij de verkiezingen voor het partijvoorzitterschap van de VVD dat hij een ‘stevig merk’ is. En ga zo maar door: (semi)overheidsdiensten brengen zichzelf aan de man met motto’s en slogans en elke stad heeft wel een paar woorden achter elkaar gezet, om zichzelf mee ‘te positioneren’ en om grote stadse projecten ‘op te luisteren’. En wat te denken van Peter Rehwinkel die in 2009

burgemeester van Groningen werd. Vanaf het allereerste begin maar goed positioneren, moet er gedacht zijn. Net als het waspoeder OMO klaar is voor elke vuile was, werd Rehwinkel verkocht met de leus 'Peter Rehwinkel is klaar voor Stad!'.

'Politici en bestuurders slopen vertrouwen en oogsten afkeer'

Als bestuurders, politici, ambtenaren een niet te stelpen woordenstroom uitscheiden die er op is gericht om mensen uit de eigen gelederen en eigen beleid(svoornemens) 'te verkopen', om eigen reputaties te creëren en te bevestigen en om het aanzien van andere bestuurders, politici en hun gedachtegoed met de grond gelijk te maken, dan leidt dat stapje voor stapje, maar onvermijdelijk tot een situatie waarbij de samenleving zich afkeert van die taal. Het is een taal die verzaakt verbinding te maken met de samenleving. Het is deze taal die het vertrouwen in het gezag, de geloofwaardigheid van de overheid aan de wortels de afgelopen decennia heeft aantast. Juist in horizontale netwerken creëren mensen gemeenschappelijke taal en betekenissen; opgelegde en afgedwongen waarheden roept irritatie en uitsluiting op. Dat de overheid anders moet gaan communiceren maakte Herman Wijffels al duidelijk in een interview in Het Financiële Dagblad van 14 december 2002. De maakbaarheidgedachte veronderstelt dat de ontvangers van communicatie net als natuurkundige fenomenen in collectieve wetmatigheden te vangen zijn. Wijffels wees deze wetmatigheden af. En terecht, want ook in de wereld van de natuurwetenschappen bestaat grote twijfel over absolute kennis. Mede als gevolg van de opkomst van de internetsamenleving en de onstuimige groei van communicatiemiddelen waarover elk individu beschikt, zijn we geen afgeleide meer van de modellen en zijn we steeds minder 'maakbaar'. In zijn inaugurele rede in 2003 wees C. van Woerkum al op de gevolgen ervan voor 'effectieve' communicatie. Omdat de ontvanger van communicatie in een fundamenteel andere (machts)positie is komen te staan ten opzichte van de (oude) instituties (= horizontalisering), blijkt een zorgvuldige planmatige inzet van communicatiemiddelen met het doel de omgeving naar de wensen van de zender te modelleren, een illusie. Communicatie als opgelegde regel en managementtool werkt (niet) meer. Van Woerkum concludeerde dan ook terecht dat 'de tijd van de stuurbaarheidsillusie voorbij is'. Toch kunnen communicatieprofessionals en vele bestuurders maar moeilijk afscheid nemen van deze illusie. En ter compensatie is men nieuwe inzichten uit de 'markt' gaan halen om door indruk en overtuigingskracht alsnog te 'maken'. En de media vormden het podium om daarvan de resultaten te presenteren. Hoewel de dagelijkse praktijk ze toch te denken zou moeten geven. Deze maakbaarheidillusie impliceert altijd een mate van onwaarachtigheid en

ongeloofwaardigheid. Tamboereren op eigen prestaties, eigen succes, eigen kwaliteit en eigen gelijk, eigen goede bedoelingen leidt per definitie tot overdrijving, narcisme, bedrog, ongelooftwaardigheid en soms leugenachtigheid. Als imago, beeldvorming en reputatie de communicatieredenen zijn, leidt dat onherroepelijk tot overdrijving en moreel verval. Vrijwel zonder uitzondering zijn de Tweede Kamerleden daar tijdens debatten een bedenkelijk voorbeeld van. In hun egocentrische behoefte zichzelf 'op de kaart te zetten', gooit een deel van de kamerleden, de één met wat meer vilein dan de ander, bakken modder naar het ministersvak en naar elkaar. De overheid, haar dienaren en politici zouden er mee op moeten houden om op deze wijze te communiceren, omdat ze beseffen dat ze er door verstrikt raken in een zelf geweven net van ongelooftwaardigheid en leugens. En omdat ze echt snappen waarom de samenleving er geen boodschap aan heeft en er zo een eigen, voor de overheid desastreuze, betekenis aan geeft.

'Het lijkt wel alsof politici en bestuurders buiten de werkelijkheid staan'

Naast het moreel bedenkelijk karakter zijn er meer oorzaken waardoor de overheidscommunicatie als maakbaarheidillusie tot een bot mes maken. Sturing op imago, beeldvorming en het eigen onwrikbare gelijk leidt nooit tot de houding om de verschillende posities samen met anderen te verkennen om zo tot een nieuwe gemeenschappelijke taal te komen. En daar hoort kwetsbaarheid en zoeken eerder bij dan maskers ophouden en voorzichtigheid. Bij dat laatste wordt in de communicatie daarom voor de veilige weg gekozen. Er mogen geen fouten gemaakt worden. Daarom communiceren bestuurders het liefst van papier, met ambtelijke, procedurele en bestuurlijke teksten. Het is een bloedeloze, communicatief krachteloze taal. Het lijkt wel alsof politici en bestuurders 'buiten' de werkelijkheid staan. De beroemde toeschouwerpositie, afstandelijk, oordelend en beoordelend, juist doordat je er geen deel van uitmaakt. Maar dat is nu net in een horizontale werkelijkheid een misvatting. In die wereld ben je onderdeel van de situatie, ook als mens van vlees en bloed.

Wellicht dat door deze onbegrepen rolwisseling van toeschouwer naar actor, bestuurders en politici nooit heldere antwoorden op vragen geven die ze voorgelegd worden, met het oog op coalitieverhoudingen of andere institutionele belangen. Terwijl zij onderdeel zijn van het netwerk, acteren ze alsof ze erbuiten staan. De malle vertoning indertijd rond het mogelijke Europese presidentschap van J.P. Balkenende liet perfect zien tot welke communicatief woestijn dit leidt. Een premier die tot laatst blijft volhouden geen kandidaat te zijn, terwijl hij als mogelijke kandidaat op ieders lip ligt. Hoe geloofwaardig communiceren we? Het effect is dat representanten van overheidsorganisaties vaak te boek staan als

mannen en vrouwen die erom heen draaien, niet eerlijk zijn en nooit duidelijke antwoorden geven. Want, zo lijkt het dominante discours, imago en status geven de bestuurder voldoende overwicht om in een horizontale realiteit toch verticaal te sturen.

*'Als imago het fundament vormt voor geloofwaardigheid,
dan leidt dat tot indekgedrag'*

Dan is er nog het 'indekgedrag'. Deze bestuurlijke reflex, onlosmakelijk verbonden met de zorg om egobelang, beeldvorming en reputatie, gaat vaak gepaard met een woordenbrij die op z'n minst aan de samenleving voorbij gaat en in voorkomende gevallen zelfs schadelijk is voor onze samenleving. Dat zien we vooral als overheden bij maatschappelijke crisissituaties moeten communiceren. Zo zei een minister, met het oog op haar eigen positie, na de brand in een cellencomplex dat er 'adequaat' opgetreden was. Een heftige maatschappelijke reactie was het gevolg. Zo dekte een burgemeester zich na rellen direct in door te vertellen dat hij niet gebeld was voor extra inzet van de ME. De voorbeeldenstroom is niet te stelpen en wordt elke dag wel weer gevoed. Wat te denken van de reactie van premier Balkenende tijdens zijn eerste persconferentie na het in ontvangst nemen van het rapport Davids over 'Irak'. Staatssecretaris Jack de Vries zei publiekelijk dat hij de premier geadviseerd had zo offensief en met oog op de eigen (machts)positie te reageren. De mediocratie, zo liet Jack weten, vraagt dat je als eerste 'framed', een speelveld uitzet en daarbinnen het beeld neerzet. Blijkbaar is niet bedacht een reactie te geven, die ook ten dienste stond van een maatschappelijk gevoel over het rapport Davids. Maar ook de reacties daaropvolgend van 'de media' en partijpolitici getuigden van grotere zorg voor het zelf scoren, dan in de reacties recht te doen aan het gevoel in de samenleving. Balkenende kon zich niet onttrekken aan het automatisme om op een ontijdig moment het rapport in krachtige bewoordingen te becommentariëren en de media en veel politici schoten als vanzelf in de stuip om dit varkentje wel even te wassen. Alles en iedereen buitelde over elkaar heen, met niet het belang van de samenleving, maar één of ander eigen belang voor ogen.

Achter dit fenomeen zit verscholen dat het haast onmogelijk is geworden om in verdichte onoverzichtelijke netwerken precies te weten wat er speelt. En dat, over de juiste volledige kennis te beschikken, is nu juist voor de maakbaarheidillusionisten het vertrekpunt. Om greep op de werkelijkheid te houden, om te tonen dat je weet wat je waarom doet, geef en bevestig je de indruk dat je alles weet en dat jouw reactie gestoeld is op deze onbetwistbare kennis. Helaas zo functioneert de realiteit niet langer. En als dan imago het fundament vormt voor jouw geloofwaardigheid, dan leidt dat tot indekgedrag. En

de schuld buiten jezelf zoeken, en dus ook weer dat patroon van jezelf er buiten zetten. Het wordt toch de hoogste tijd dat bestuurders, politici (en al die ambtenaren en adviseurs achter de schermen) beseffen dat de samenleving dat gedoe, vaak onbewust, registreert als communicatie van 'hun overheid'. Het is nu eenmaal niet anders dan dat het gros van de bevolking de nuance van de bestuurlijke en politieke woordenwisselingen ontgaat. Voor hen is dat alles 'overheid'. Politici, bestuurders, officieren van justitie, advocaten, topambtenaren die met het oog op eigen gewin een mooi persmomentje creëren door willens en wetens anderen tegen beter weten in, in een kwaad daglicht te plaatsen, zijn zich er blijkbaar niet van bewust dat zij het zijn die weer een paar druppels wantrouwen gieten in de al overlopende emmer. Al die mannen en vrouwen die elkaar in de publicitaire schijnwerpers in woordenspelletjes en met hele en halve verdachtmakingen aan de schandpaal proberen te nagelen, hebben door de jaren heen een overheid voor het voetlicht gebracht die stukje bij beetje zelf het eigen morele gezag heeft opgevreten. Gebrek aan moreel gezag, of dat nu in een verticale of een horizontale relatie is, leidt er ertoe dat de ander zich niet meer kan spiegelen, laven of verbinden, met de wellicht goedbedoelende overheid. Er ontstaat een gezagsvacuüm.

*‘De uitdaging om een uitweg te vinden,
ligt bij de overheid zelf’*

Om dit gezagsvacuüm te slechten, zo stelt de Raad van het Openbaar Bestuur, moet overheid en politiek gaan opereren vanuit waarden en beginselen. Voor hun communicatie impliceert dit dat er radicaal afgerekend moet worden met de verticale (reputatie) communicatie. Horizontale communicatie kan de weg zijn uit het bestaande communicatiediscours. Daarbij gaat het niet meer om het alleen uitventen van het eigen gelijk, niet meer om 'het nog een keer uitleggen' en niet meer om selectief te luisteren en te ageren. Gebaseerd op waarden en beginselen moeten wijsheid, authenticiteit en morele overtuigingen de kern van de overheidscommunicatie worden. Bestuurders en politici keren terug naar de taakopvatting uit de klassieke oudheid: ze zijn weer wijsheidsleraren in plaats van meningenfabrieken waar de schoorsteen vooral voor het eigen politieke belang rookt.

Het lijkt geen twijfel dat de overheid zich deze nieuwe (wijsheids)taal zal moeten gaan aanleren, opdat zij haar legitimiteit, en daardoor haar moreel gezag kan terugverdienen. Dat betekent dat er geen essentiële informatie wordt achtergehouden. Dat betekent ook dat dilemma's, overwegingen, keuzealternatieven openhartig op tafel komen, dat betekent dat ingebrachte alternatieven overwogen en doordacht worden op hun positieve punten. Dat betekent ook echt open staan voor andere zienswijzen en belangen. En dat alles

doe je door anderen vanuit een positieve grondhouding serieus te nemen. En als bestuurders, politici en ambtenarij deze en vergelijkbare waarden internaliseren, dan leidt dat als vanzelf tot een houding die in de samenleving herkend kan worden als 'authentiek' en als boven een eigenbelang verheven. Het leidt tot een taal, een woordkeus die verbinding zoekt en zal vinden. Acteer als overheid zoals je in een samenleving die is gehorizontaliseerd mag en kunt acteren. Ga er niet buiten staan en creëer samen ruimte waarbinnen de overheid wel haar dominantie mag tonen. Maar dan op basis van moreel gezag, wijsheid, vertrouwen en geloofwaardigheid.

Dat vraagt van de vertegenwoordigers van de instituties dat zij zich bewust worden van de drie belangrijke maatschappelijke behoeften die zich steeds dwingender manifesteren. Zo heeft de samenleving vertegenwoordigers nodig die maatschappelijk verantwoord denken en werken, en die dus niet ten koste van alles en iedereen hun welbegrepen eigenbelang nastreven (geld, kiezersgunst, media-aandacht). Ook heeft de samenleving geweldig veel baat bij een overheid die op een volwassen wijze mensen serieus neemt en helpt bij het maken van doordachte keuzes. En verder hebben we als samenleving plezier van vertegenwoordigers die met elkaar dag in dag uit inhoudelijke debatten voeren, waarbij ze elkaars argumenten wikken en wegen om uiteindelijk besluiten te nemen en te doen uitvoeren. Het zou dan erg helpen als artikel 45 van de Grondwet (De ministerraad beraadslaat en besluit over het algemeen regeringsbeleid en bevordert de eenheid van dat beleid) niet meer wordt uitgelegd dat het kabinet met één mond spreekt. Telkens zien we treurigmakende debatten en vraaggesprekken waarin een bestuurder niet anders kan dan een reeks nietszeggende woorden aaneen te rijgen. Die verschrikkelijk woordkeus is onontkoombaar om de eigen partijinzichten maar niet te verloochenen en om, tegelijkertijd, de bestuurlijke samenwerking niet te verstoren. Het artikel laat alle betrokkenen volop de ruimte om, als er nog geen beleidsbesluit is, openhartig te zijn over de eigen inzichten. In een volwassen samenleving hoort dat ook bewindsliden inhoudelijk van elkaar van mening mogen verschillen. Dat is in elk geval een stuk geloofwaardiger en vertrouwenwekkender dan de doorzichtige geforceerdheid die momenteel over de samenleving wordt uitgestort.

***'Het zou dan erg helpen als artikel 45 van de Grondwet
niet meer wordt uitgelegd dat het kabinet
met één mond spreekt'***

Kortom, het vraagt om de erkenning dat de tijd van de maakbare communicatie voorbij is. En dat er nu een tijd aanbreekt waarin overheidscommunicatie bijdraagt aan verbinding tussen verschillende betrokkenen, belangen en posities. Het is deze 'verbindende communicatie' die resulteert in draagkracht in

horizontale netwerken én in besluitkracht die de overheid het gezag biedt om besluiten te nemen. Het vraagt om het inzicht dat burgers volwassen zijn. Dat ze zich niet meer met slogans en oneliners of in verhullend taalgebruik door overheidsdienaren laten aanspreken. Barack Obama deed deze ontdekking, zo vertelde hij later in een interview, tijdens de verkiezingen. Mensen, zo concludeerde hij, willen niet paternalistisch en met slogans en overdrijving aangesproken worden, maar meegenomen worden –als volwassen en serieuze gesprekspartners- in de complexiteit van de vraagstukken waar beleidsmakers en politici voor staan. In een artikel in de Volkskrant van 10 oktober 2009 wees Y. Zonderop op een interessant fenomeen. Jonge generaties, opgegroeid met de vanzelfsprekendheid van internet, hebben niets op met geloofsartikelen van vooruitgangsendenkers en maakbaarheidillusionisten. Zij laten zich niet door ideologie, maar wel door authenticiteit aanspreken. Wie oprecht is en daarnaar handelt, verdient respect en wordt gehoord. Authenticiteit als effectief communicatiemiddel. Als marketing- en egocommunicatie iets niet is, zo hebben we gezien, dan is het authentiek en eerlijk. De communicatie van Sven Kramer na zijn foute wissel op de tien kilometer gaf een indrukwekkend voorbeeld hoe effectief communicatie kan zijn als je, ondanks de fouten van anderen, boven jezelf kan uitstijgen en ondanks teleurstellingen authentiek kan reageren, zonder de ander (in dit geval trainer Kemkers) af te vallen. Ironisch genoeg werd Kramer vooral ook door politici geprezen om dit vermogen boven je kleine egobelang uit te stijgen.

Authenticiteit is het kenmerk van, wat we ‘non-institutionele’ communicatie noemen. Het is de taal en communicatie van ‘de samenleving’, die vooral dankzij internet en de opkomst van communicatietechnologieën oprukt in het publieke domein, waar tot voor tien jaar de instituties over het monopolie beschikten. Juist de jonge generaties, maar zij niet alleen, tonen dankzij YouTube en Twitter aan dat zij een enorme communicatieve kracht vertegenwoordigen. Juist omdat het authentiek en zonder eigen belang is. Wil de overheid weer in gesprek met de samenleving komen, dan ligt een opening in het zich eigen maken van die non-institutionele taal. Authentiek, eerlijk en volwassen leren communiceren, zowel in directe contacten met de samenleving, in campagnes, tijdens mediaoptredens, als in de onderlinge debatten.

***'Verbindend communiceren is niet zo moeilijk,
het is een keuze om het te willen'***

Hoe zou zo'n verbindende communicatie er uit kunnen zien? Dan zouden Bos en Wellink het, indachtig de wijze inzichten van Obama, niet gelaten hebben bij de zin dat de DSB bank gezond was. Men zou er een heel verhaal aan toegevoegd hebben: 'de DSB is op dit moment een gezonde bank, maar als de komende

weken door media, belangenbehartigers en publiek onverantwoordelijk gehandeld wordt, dan kan een bankrun niet uitgesloten worden en dan staan we hier met een ander verhaal. En zoals ik het afgelopen jaar steeds weer heb benadrukt, ons hele bankstelsel is er op ingericht dat de één er tegen een rentevergoeding geld heenbrengt zodat de ander er tegen een rentebetaling geld kan lenen. Elke bank komt in de problemen als iedereen tegelijkertijd het ingelegde geld weer terug eist. Dat geld is er niet, omdat het is uitgeleend....'. Dan zou premier Balkenende in zijn eerste reactie op het rapport Davids het volgende gezegd hebben: 'Ik ben blij met dit rapport. U weet ik heb het lang tegengehouden, maar om heel eerlijk met u te zijn, de politieke besluitvorming toen, ligt ook zwaar op mijn maag. Vooral omdat ook ik de ogen niet kan sluiten voor het enorme leed dat in Irak na de oorlog heeft plaatsgevonden. Ik voel me daar moreel verantwoordelijk voor. Ik ga dit rapport goed bestuderen. Omdat ook ik ervan wil leren om in voorkomende gevallen besluiten te nemen, die gedragen worden door de samenleving en waarbij de wijze van besluitvorming en de argumenten die een rol gespeeld hebben voor ieder in de samenleving inzichtelijk zijn'. Dan zou burgemeester Aboutaleb een taal kiezen die verbinding maakt. Hij zou afzien van onrealistische teksten, zoals dat de hooligans met wortel en tak uitgeroerd worden. Omdat hij weet dat dit een onhaalbare ambitie is en het overgrote deel van de samenleving wijs genoeg is om dat in te zien. Dan zou de premier op de vraag wat hij van Rutte vindt met het oog op het vermeende Holocaust affaire van zomer 2009, anders gereageerd hebben dan hij nu deed. Van premier werd hij partijpoliticus en duwde Rutte en de VVD verder de ellende in. Hij zou zijn eigen waarneming over het gevaar van het populisme op het Binnenhof waar hij in 2009 op een CDA congres over sprak, serieus genomen hebben en anders gereageerd hebben. Niet met meningen en opvattingen. Maar vanuit een dimensie van moraliteit en wijsheid. Hij zou dan gezegd hebben: 'Ik reik Rutte de hand. Ik ken hem om te weten dat de verwijten die hem gemaakt worden niet fair zijn. Ik maak me zorgen over hoe partijen zelfs de Holocaust gebruiken om partijpolitiek mee te bedrijven, dat is helder'.

***'Gezag vanuit de samenleving is nodig,
om besluitkracht te kunnen tonen'***

En wat zou het een verademing zijn als bestuurders en politici tijdens hun publicitaire optredens op een (vol)waardige manier met journalisten en gespreksleiders om zouden gaan die met het oog op eigen succes, kijkcijfers en scoringsdrift hebben meegeholpen aan de verloedering van politieke taal en politiek bedrijf, omdat ook zij het onbeschofte en onbetamelijke steeds minder schuwden. Verval in dat soort optredens niet in kernboodschappen en oneliners. Gewoon ruitelijk een fout toegeven. Aangeven waar je jouw kracht uit put, waarom je aan het één vasthoudt en in een ander geval water bij de wijn doet. En

ook een journalistieke mening met een vraagteken (laten) herformuleren in een wel te beantwoorden vraag. Offensief antwoorden op de vragen, vragen terugleggen bij de journalisten, uitleggen waarom een vraag ondoordacht is, weigeren mee te gaan in de vaak treurigmakend journalistieke werkwijze en spelletjes.

Het geheel overziend, laat geen andere conclusie toe dan dat de manier waarop de overheid communiceert op een dood spoor zit. Er zal een wissel omgezet moeten worden en een fundamenteel ander spoor bereden moeten worden. De oversteek van verticaal (reputatie) communiceren naar horizontaal (relatie) communiceren zal gemaakt moeten worden. Opdat de overheid, juist door haar verbindende communicatiestijl, gezag vanuit de samenleving krijgt toegedicht, om ook besluitkracht te kunnen tonen. Want er bestaan ten slotte ook rollen waarin de overheid snel en daadkrachtig dient op te treden. Om deze wissel om te zetten ligt de uitdaging bij de overheid zelve. De samenleving evolueert toch wel door. Het initiatief daartoe ligt in handen van de overheidselite zelf om deze handschoen op te pakken. Door te erkennen dat verbindende communicatie in het internettijdperk bestaat uit coproducties tussen zender en ontvanger en dat de 'voertaal' zich kenmerkt door authenticiteit, die daardoor open, kwetsbaar en dienstbaar is.

Eerste prille aanwijzingen voor deze verbindende communicatie zagen we in de respectvolle reacties op het besluit van Bos en Eurlings om voor het thuisfront te kiezen. Bewindspersonen vertelden voor het eerst kwetsbaar over de moeilijkheid om hun werk met privé te combineren. De politiek stapte uit haar institutionele rol en bijhorende (getto)taal. En het opmerkelijke is, ineens spraken ze de taal van de grote meerderheid van de samenleving. Authentiek, kwetsbaar en met respect over de ander. Ineens hoorden we ook van Bos' politieke tegenstanders hoe groot zijn inzet voor land was, hoe zwaar zijn functie en hoe gewetensvol hij zich van zijn taak kweet. Ook de woorden waarmee over het gedachtegoed en nalatenschap van Hans van Mierlo werd gesproken, getuigden van wijsheid en fatsoen, volledig in lijn met de wijze waarop Van Mierlo communiceerde. Van Mierlo communiceerde niet met gemakkelijke oneliners en slogans, maar hij schetste dilemma's die zo kenmerkend zijn voor beleid en politieke besluitvorming en hij durfde twijfel te agenderen. Zijn betrokkenheid, visie en wijsheid werden benadrukt. Het is symbolisch dat de sterfdag van Van Mierlo tegelijk ook de wedergeboorte is, misschien niet van zijn primaire gedachtegoed, maar wel van een taal waaruit politieke wijsheid, moed en moraliteit spreekt. Deze wedergeboorte belichaamde Job Cohen in zijn verhaal waarin hij zichzelf kandideerde als PvdA-lijsttrekker en in interviews daarna. Hij legde steeds weer de nadruk op fatsoen, op samenbinden, op het weefsel van de samenleving onderhouden en op zijn afkeer van grof politiek taalgebruik en bijpassende

omgangsvormen. Ook Job Cohen toonde aan dat het helemaal niet zo ingewikkeld is wijsheid en moraliteit te laten prevaleren boven eigen reputaties en het eigen ego.

De eerste zinnen van een nieuwe overheidstaal zijn geschreven in de week van Van Mierlo's afscheid van deze wereld en de wederkomst van Cohen in politiek Den Haag. En de meeste politici, zo bleek, bleken die taal te kunnen spreken. Het kostte hen geen enkele moeite om uit de ketenen van de institutionele taal te breken, toen ze mochten praten over persoonlijke keuzes en respect.

Voorjaar 2010

[Onderschrijf het pamflet ►](#)

Gerald Morssinkhof, Frank Regtvoort en Hans Siepel hebben deze tekst geschreven. Zij hebben dit gedaan om een gedachtewisseling op gang te brengen. Hoe dit voert de toekomst vanzelf uitwijzen. Indachtig de inhoud van dit pamflet zal 'er niet op worden gestuurd'.

Ieder die zich herkent in de rode draad, grondtonen en het wenkende perspectief voor een nieuwe overheidstaal, wordt opgeroepen om dit pamflet te onderschrijven.

De tekst van dit pamflet is ondermeer voorgelegd aan Quirijn Menken, Nienke Dijkstra, Frank van Beers, Bram Peper, Eric Seuging, René van Kampen, Jan Heerkens. Allemaal mensen die op enigerlei wijze van doen hebben met communicatie door de overheid. Natuurlijk, op punten zouden zij de tekst wellicht anders hebben geschreven. Ieder kan zich erin herkennen en roept op om het pamflet te onderschrijven.

Mocht blijken dat velen met ons instemmen, dan zullen de resultaten van deze peiling en de discussies aan de informateur van een nieuw te vormen kabinet worden aangeleverd.