

Media eisen kwetsbare opstelling

OPINIE, Arno Korsten op 13 oktober '03, 00:00, bijgewerkt 20 januari '09, 22:15

Wie in opspraak raakt, moet zich kwetsbaar durven opstellen, bij voorkeur in een televisieinterview, zegt Arno Korsten. Dan wordt veel vergeven. Mabel Wisse Smit maakte de fout haar privéleven af te schermen.

De afgelopen week stond in het teken van twee mediahypes: Mabel Wisse Smit, die aanspraken op het lidmaatschap van het Koninklijk Huis in rook zag opgaan en de overwinning van Arnold Schwarzenegger bij de recall in Californië. De een verloor en de ander won. Is zo'n mediahype door de betrokkenen gunstig te beïnvloeden?

Op het eerste gezicht is het manipuleren van een mediahype heel moeilijk. Het lukte de vrienden van Mabel niet om met een ingezonden brief het onheil af te wenden. En de actie om kennissen van Mabel – naar verluidt – maanden eerder op te roepen te zwijgen over de periode met maffiabaas Bruinsma mislukte. Wie mist optrekt rond zijn privéleven inspireert tot speurwerk. In een mediahype genereert het journalistieke zoekproces zichzelf. Zo ook in dit geval. De gesprekken van Peter R. de Vries met voormalig bodyguard Charlie da Silva waren ook aanleiding voor andere journalisten om nieuwe bronnen aan te boren.

Daarna verstrekte Mabel Wisse Smit nadere informatie, maar die was toch weer beperkt en in tegenspraak met het nieuws dat door De Vries en anderen werd aangedragen. De mediastrategie van Wisse Smit was niet goed. De zaak was te redden geweest als er maanden daarvoor al door Wisse Smit betrouwbare informatie aan de premier was verstrekt, een tv-interview was gegeven aan een gerenommeerd journalist, volop openheid was getoond en de contacten met de maffiabaas publiekelijk waren betreurd. Het uitblijven van een boetedoening was dom. Een les is: wie liegt en de eigen daden niet betreurt, kan niet positief uit een mediahype tevoorschijn komen en het eigen imago herstellen. Ook de kwestie-Aantjes uit de jaren zeventig illustreert dit. Het Tweede Kamerlid Willem Aantjes had zijn (jeugdig) gedrag in de Tweede Wereldoorlog jaren verborgen gehouden en betreurde zijn door De Jong onderzocht handelen vervolgens niet duidelijk genoeg. Hij ging zich verdedigen in plaats van direct publiekelijk het boetekleed aan te trekken. Exit.

Een tweede les volgt hieruit. Wie over integriteitsvragen of 'ongelukkige' daden onder vuur komt te liggen, moet pro-actief handelen. Beter is het om lef te hebben en de zaak uit te meten dan in de kramp te schieten. Zowel een verdedigingsreflex als diep stilzwijgen zorgt voor voortgang in de hype. De Noorse prinses Mette Marit betreurde voor haar huwelijk publiekelijk eerdere jeugdige zwakheden.

Zij was een ongehuwde moeder en gaf toe dat zij drugs gebruikt had.

Dat een mediahype ook positief kan uitpakken bewees Arnold Schwarzenegger. Deze Hollywoodacteur nam het op tegen de zittende gouverneur, wendde zijn publieke bekendheid aan en won overtuigend. Hij was in de ogen van veel kiezers een toonbeeld van de Amerikaanse droom (van niets tot held) en wilde hoe dan ook winnen. Wie wil winnen, bekommert zich niet uitsluitend om het program en om zakelijke debatten. Wie wil winnen, toont zijn 'ik', zijn binding met het volk, zijn multidimensionaliteit. Arnie was een geloofwaardig leider in de ogen van veel kiezers. Hij maakte zichtbaar meer te kunnen dan politicus zijn. Arnie bracht ten dele zelf een positieve hype op gang. Dat zijn films vervolgens een week voor de stemming werden getoond, kwam hem goed van pas. Toen hij beschuldigd werd van ongewenste intimiteiten, toonde hij onmiddellijk zijn spijt daarover.

Hieruit valt ook een les te trekken. Een politicus die wil winnen, moet méér laten zien dan alleen zijn kwaliteiten als politicus in spe. Daarmee kan hij een positieve mediahype op gang brengen.

In een democratie waarin politiek personalistisch wordt, is het gehele individueel gedrag van de kandidaat politiek geworden. Het maakt uit met wie je de handen schudt en met wie niet. Sommige (oud-) politici als Ad Melkert willen dat niet erkennen (Forum, 7 oktober). Zij noemen de overwinning van Schwarzenegger dan ook betreurenswaardig. Hun analyse deel ik niet. In een personalistische politiek kan een politicus zich niet verzetten tegen een mediahype, maar hij kan deze wel proberen te beïnvloeden. Pim Fortuyn had dat begrepen en was er ook de persoon voor. Wie in de toekomst als politicus, bijvoorbeeld als landelijk lijsttrekker of als kandidaat-burgemeester in een grote stad, slechts op inhoud wil scoren, kan beter niet meer meedoen. Hij of zij zal in het tv-tijdperk kansloos zijn tegen de multidimensionele, geloofwaardige kandidaat die zich al bewees als eminent ondernemer en/of pakweg orkestleider. Uit beide gevallen, Mabel en Schwarzenegger, zou men enkele adviezen kunnen destilleren. Ontloop riskante persoonlijke misstappen niet, trek snel het boetekleed aan als je overeind wilt blijven en je gezicht niet wilt verliezen, en uit je in een televisie-interview. Maskerades worden doorzien en maskers worden steeds vaker afgerukt. Mabel Wisse Smit had dat met haar internationale ervaring moeten weten maar leefde blijkbaar teveel in isolement en/of had verkeerde adviseurs. Wie in een krampachtige reflex het privéleven wil afschermen, gaat in publieke functies een moeilijke tijd tegemoet, als hij zo'n functie al weet te verwerven.

De mediagenieke Schwarzenegger deed voor hoe het wel kan. Journalisten hebben goed in de gaten dat kiezers 'heel de mens' willen kennen. Wie niet over persoonlijke multidimensionaliteit beschikt, niks wil laten zien van de eigen geschiedenis en electoraal alleen op 'inhoud' en program wil winnen, zal in de mediacratie nooit een grote winnaar worden. Het bijzondere is wel dat Schwarzenegger als mutimiljonair niet veel kon gebeuren. Dan is het makkelijk om een ontspannen houding aan te nemen.