

In woelige tijden niet te veel naar burger luisteren



René ten Bos is hoogleraar filosofie aan de faculteit der managementwetenschappen van de Radboud Universiteit in Nijmegen.

Er zijn veel verklaringen gegeven voor het populisme. Ik beperk me tot drie. In deze krant zei Jeroen Dijsselbloem niet lang geleden dat de financiële crisis een mogelijke oorzaak was. Daarin schuilt een zekere logica: ieder bestuur dat ethisch niet door de beugel kan, moet vroeg of laat aan legitimiteit verliezen. Je kunt wel zeggen dat het de meeste mensen goed gaat en dat het allemaal niet zo'n vaart loopt, maar als een kleine groep bevoorrechten te veel uit de ruif vreet, dan ontstaat misnoegen. Aristoteles waarschuwde al voor 'pleonexia': meer nemen dan je toekomst is niet alleen slecht voor het karakter van degene die neemt, maar ondermijnt ook sociale stabiliteit. Goed punt van die Dijsselbloem! Ik heb hem in deze column wel eens bekritiseerd, vooral in verband met zijn asociale opstelling tegenover Griekenland, maar nu ben ik het met hem eens.

Een andere verklaring zal veel mensen bozer maken. Populisme is niet meer dan een oprisping van de witte man die bang is voor wat onvermijdelijk komen gaat: het einde van zijn hegemonie. Jazeker, aan alle kanten wordt de witte man weggedrongen: door witte en zwarte en gele vrouwen en door zwarte en gele mannen. De meisjes doen het beter op scholen en universiteiten dan jongens en uit recent onderzoek bleek dat allochtone jongeren ook met een inhaalslag bezig zijn, ook al komt dit nog niet tot uiting in verhoogde participatie op de arbeidsmarkt. De witte man ziet dit allemaal aan en voelt zich bedreigd en gekleineerd.

Hier zien we dus ook een oordeel over karakter: mensen die in het kielzog van de populist meedeinen, zijn bange en rancuneuze mannetjes die het niet kunnen velen dat hun wereldbeeld aan duigen gaat en stampvoetend van woede nog grotere narcisten dan zichzelf achterna lopen omdat ze daarin nog een klein beetje authenticiteit vermoeden. Ook dit is een interessante verklaring, vooral omdat ze zo lekker polariseert. Niets geen sympathie voor de zogenaamde terechte zorgen van PVV-stemmers. Het is gewoon tuig. In China, India en Afrika staan ze te popelen om een einde te maken aan de hegemonie van de witte man en met al dat tuig straks aan het roer, zo redeneert men, gaat dat een stuk sneller.

De interessantste verklaring, die ik hier wil noemen, kwam van NRC-columnist Bas Heijne en gaat ook over de erosie van karakter. Heijne zei in een interview met de Volkskrant dat politici de burgers niet langer zien als burgers maar als klanten en het hoeft dan ook geen verbazing te wekken dat die burgers zich vervolgens als klanten gaan gedragen. Wat betekent dat: je als een klant gedragen? Een klant is een wezen met behoeften en wensen. Die moeten door de dienstverlener of verkoper bevredigd worden.

Als ik in mijn werk op de universiteit een student ga zien als een klant, dan betekent dit doorgaans dat ik ervoor zorg dat die student zo snel mogelijk zijn of haar papertje haalt, want dat is, zo zou je kunnen denken, de grootste behoefte en wens. Dat betekent dus ook dat kennisoverdracht een minder belangrijke waarde wordt dan het behalen van een puik eindresultaat. Vervolgens noem je dit excellentie. In hun bestseller *In Search of Excellence* schreven managementgoeroes Tom Peters en Robert Waterman al lang geleden dat bedrijven geobsedeerd moeten zijn met dichtbij de klant blijven staan. Dan komt het vanzelf goed.

Geen wonder dat die klanten vervolgens gaan denken dat die bedrijven er alleen maar voor hen zijn. Want dat is het ware kenmerk van klanten: ze verwachten dat de inspanningsverplichting van de kant van de leverancier komt. Als politici zich opwerpen als zulke leveranciers, dan gaat er iets verkeerd. De mooie praatjes over de zelfredzame burger kunnen dan de prullenmand in.

Cliëntelisme ondermijnt gezag. Politici, die naar burgers willen luisteren alsof ze klanten zijn, verliezen hun gezag, precies zoals professionals door de maatschappijbrede invoering van marktwerking hun klassieke marktimmunitet zijn kwijtgeraakt. Marktimmunitet? Wat was dat ook al weer? Niet de klanten — lees: de wezens die een markt bevolken — bepalen hoe goed een prestatie is, maar iemand die zijn sporen verdiend heeft in het vakgebied van de betreffende professional.

Gezag heeft afstand nodig om te kunnen bestaan. Die afstand verdwijnt als je moreel niet hoger staat dan de eerste de beste patser, als je denkt dat je hoogste vorm van authenticiteit bier drinken en hard schreeuwen op een voetbaltribune is of als je hardwerkende en goedbedoelende mensen laat werken volgens het wat al te hoerige principe van de klantintimiteit ('customer intimacy'). Is hiermee het populisme verklaard? Natuurlijk niet, maar fatsoenlijke politici doen er in woelige tijden goed aan niet te veel naar de burger te luisteren.

René ten Bos is hoogleraar filosofie aan de faculteit der managementwetenschappen van de Radboud Universiteit in Nijmegen.