

Wat zijn de gevolgen van deze 'nieuwe retorica'?

- bewuste **versluiting** van inhoudelijke onderwerpen;
 - voortdurende oproep aan de luisteraars om een **permanente 'stand-by'-houding** aan te nemen;
 - permanente aanwezigheid van 'virtuele derden' wil het **gevoel opwekken** om zelf 'deel uit te maken van een groter geheel' (groter gebeuren);
 - **verminderde bereidheid** en capabiliteit om argumentatief voor een 'zaak' (visie, beleid, standpunt etc.) te vechten; het bedenken van de argumenten en de adequate vragen omtrent een thema is inspannender en tijdrovender dan de ogenblikkelijke gevoelsreactie;
 - **acceleratieproblematiek**: nieuwe retorica wil stimuleren tot een verwachtingspatroon van de 'snelle reactie' in politiek, economie en maatschappij (vgl. 'rapid reaction team' in het leger); probleem: het denken behoeft (soms) tijd en neemt (terecht) de tijd;
- **consequentie: het rationaliteitsprincipe van de discours wordt bedreigd !**

Wat is dan de inhoud van het rationaliteitsprincipe?

- Modus (wijze) van de rationele discours: 'pro et contra' argumentatie;
- op de 'zaak' gerichte ['zakelijke'] argumentatie;
- onuitgesproken verwachtingspatroon van de rationele discours: het standpunt van de betere argumenten moge winnen en wordt dan ook aanvaard en toegepast;
- afzien van persoonlijke aanvallen;
- respectvolle houding ten opzichte van de tegenstander (eis aan zichzelf: de tegenstander in zijn argumenten beter begrijpen dan hij zichzelf begrijpt);
- door de argumenten van de tegenstander wordt het eigen standpunt eventueel verrijkt of zelfs verbeterd (dialogisch van elkaar leren);

Het is niet moeilijk te zien dat er een wezenlijk verschil ligt tussen de nieuwe retorica en het bekende rationaliteitsprincipe. Welke factoren deze verandering tot stand hebben gebracht is een vraag die nader door sociologen, psychologen en filosofen bestuurd zou moeten worden, maar het is een feit dat wij sinds een aantal jaren met deze nieuwe retorica geconfronteerd worden. Met name de zogenaamde populistische bewegingen proberen heel sterk de discours in deze richting om te buigen. Natuurlijk zou men zich kunnen afvragen of dit veranderende gebruik van onze taal een illegitieme wijze van communicatie is. Als de taal toch deze mogelijkheden biedt, waarom zouden wij er geen gebruik van mogen maken? Is het niet overal zo, dat met onze voortschrijdende en veranderende leefwijze nu eenmaal ook de taal evolueert, verandert? De digitale communicatie is daarvan toch het meest aantoonbare bewijs: wij communiceren korter en krachtiger, veelvuldiger, steeds bereikbaarder en parater om op berichten te reageren en zelf ook veel meer tot een berichtgever te worden. De traditionele rollen van zender en ontvanger zijn al lang niet meer zo strikt van elkaar gescheiden; er heeft een egaliseringsproces plaatsgevonden, in die zin dat de competentiedrempel om zelf aan een debat of gesprek deel te nemen merendeels is verdwenen.

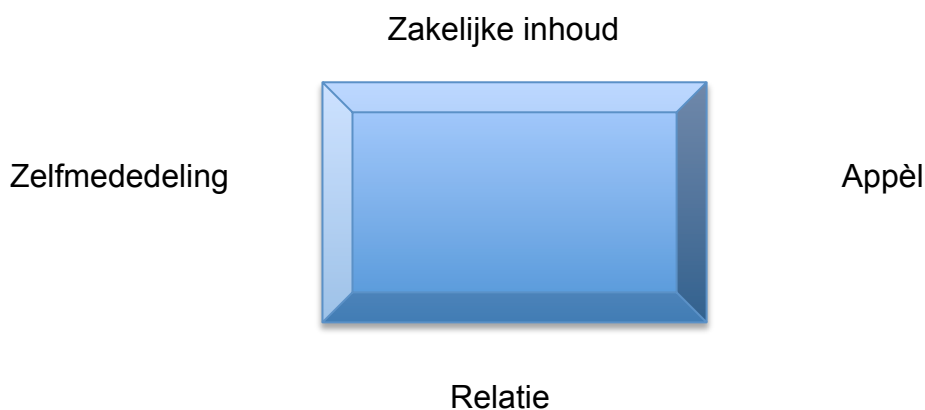
In deze digitale communicatie-elementen liggen zeker ook aanknopingspunten voor de verandering in onze gespreks- en discourecultuur. Maar het zoeken naar de oorzaken voor een ander gebruik van onze taal, hoe belangrijk die ook mogen zijn, ontslaat ons niet van de verplichting om heel concreet alert en attent te zijn wanneer op dit tijdsmoment op kleine en grote schaal het gebruik van de taal ons leven massief beïnvloedt en verandert. Want:

- hoe komt het dat zakelijk onhoudbare beloften van een politicus toch door velen worden geaccepteerd?
- hoe komt het dat een eenvoudig appel van IS mensen aantrekt om de oorlog in te trekken?
- hoe komt het dat de persoonlijke aanval of belediging van de retorische tegenstander steeds vanzelfsprekender is geworden?
- hoe komt het dat het aanspreken van de emotionaliteit in plaats van de rationaliteit in vele gevallen meer kans op succes maakt om de eigen boodschap over te brengen?

Om op deze vragen zicht te krijgen, moeten wij eerst **kijken naar het functioneren van onze communicatie**. Wat kan en wat doet taal die gesproken (geschreven) en beluisterd wordt over het algemeen? Hoe zit onze communicatie als wij spreken en luisteren in elkaar?

Uit de **communicatietheorie** kennen wij het zogenaamde ‘communicatievierkant’.

Het communicatie-vierkant:



Communicatie is te begrijpen als een eigenaardig spel, dat op vier velden tegelijk wordt gespeeld. Deze simultane gebeurtenis – men hoort één uitspraak en ontvangt op hetzelfde moment vier boodschappen – kan worden samengevat in het communicatievierkant:

- (1) niveau van de zakelijke inhoud: informatie over deze wereld > **waarheid**.
- (2) niveau van de relatie: verhouding van de spreker in richting van de luisteraar(s): waardering, minachting, kritiek, lof, (niet) serieus nemen etc. > **acceptatie**.
- (3) niveau van de zelfmededeling: iets van de eigen persoonlijkheid wordt met de boodschap meegegeven, bij voorbeeld karaktereigenschappen, houdingen etc. > **waarachtigheid, authenticiteit**.
- (4) Appel: oproep om iets te bereiken, uit te voeren etc. > **werkzaamheid; effectiviteit**.

Een voorbeeld uit het alledaagse leven:

Een vrouw en een man zitten samen in de auto; zij is de bestuurder, hij zit ernaast. Ze naderen een kruispunt. De man zegt: “Kijk, daar is groen.”

- (1) Zakelijke inhoud: is te verifiëren; zal in dit voorbeeld wel kloppen, want de vrouw zit ook wel dat het groen is.
- (2) Relatie: mogelijk een twijfel aan de rijvaardigheid van zijn vrouw;
- (3) Zelfmededeling: eventueel is de man ongeduldig of hij heeft haast;
- (4) Appel: mogelijk een oproep om harder te rijden ('Geef gas') zodat ze het stoplicht 'net nog halen'.

Dit voorbeeld laat reeds zien **dat drie van de vier boodschappen impliciet blijven**. Ze zijn onderhevig aan interpretatie en duiding. Om ze te decoderen zou men moeten letten op de **toon** waarop het gezegd is, de **mimiek**, die misschien meegegeven wordt, en waarschijnlijk ook de **context** van deze autorit (hebben ze op dat moment 'alle tijd van de wereld', of hebben ze een afspraak waar je niet te laat moet komen, of moeten ze de trein halen, etc.)

Belangrijk voor het communicatievierkant is nu echter ook **dat niet alleen de spreker als het ware met 'vier tongen' praat, maar dat ook de luisteraar met 'vier oren' luistert**. De luisteraar beslist dus uiteindelijk erover wat hem/haar bijzonder centraal (belangrijk) lijkt. Ook de luisteraar heeft als het ware vier oren. Afhankelijk welk oor geprikkeld wordt, kan hij/zij innerlijk en dan ook wel uiterlijk reageren. Daardoor beslist hij/zij over het verdere verloop van de communicatie (het gesprek etc.). Of hij/zij zich bewust is van deze keuze, is een ander verhaal (in de meeste gevallen zal dit niet zozeer het geval zijn), maar **hij/zij kan niet niet kiezen**. De eerste keuze die de luisteraar maakt geeft aan de communicatie richting, tenzij na de eerste reactie de spreker meteen onderbreekt door te zeggen: “Nee, dat heb ik zo niet bedoeld”, of: “Jij begrijpt mij verkeerd.”

Een voorbeeld:

De echtgenote zegt tegen haar man: “Zo zelden als jij thuis bent, daar lijden nu ook al de kinderen onder.”

De luisteraar staat nu voor de beslissing welk van zijn vier oren reageert. Hoort hij met het **zakelijke oor**, zal hij wel concluderen: “Ik ben zelden thuis. De kinderen lijden; dit lijden wordt door mijn afwezigheid veroorzaakt” Hij zou dan zakelijk kunnen vragen: “Waar merk je aan dat de kinderen lijden. Vertel me dat a.u.b.”

Als hij met het **zelfmededeling-oor** luistert, dan zou hij wel de teleurstelling en de vertwijfeling van de vrouw opmerken. Hij zou hebben gehoord dat zij ‘ook al’ had gezegd, en dat het lijden dus niet alleen de kinderen betreft. Daar zou hij op kunnen reageren.

Mocht de man vooral het **relatie-oor** hebben gespist, dan zou hij een impliciet verwijt hebben gehoord, zo van: “Jij bent een slechte vader, jij hebt schuld aan ons leed en onze ellende.” Denkbaar is dan wel dat het tot een ruzie komt, zo van: “Denk je nou dat ik er plezier in heb altijd maar overuren te draaien. Denk je dat is een hobby van mij?”

En als het **appel-oor** reageert, zou de man wel de boodschap horen: “Ga je a.u.b. meer met ons bezig houden. Doe iets voor je gezin.” Hij zou dan een voorstel kunnen doen van een vrij weekend met het gezin, of andere mogelijkheden etc.

Voorlopige conclusie:

De luisteraar heeft het (ook) in de hand om op zijn eigen manier op de eerste uitspraak te reageren. Dat betekent dat hij/zij er meer gevoeliger voor kan worden, met welk oor hij/zij zou willen luisteren. Bovendien kan hij/zij ook beslissen om met meer dan één oor te luisteren en dit ook ter sprake brengen, mocht het wenselijk of behulpzaam zijn. Zo kan hij/zij zich zelfs – al pratende – corrigeren en de wissel anders stellen. Deze mogelijkheid heeft trouwens ook de spreker die in zijn uitspraak reeds van te voren rekening kan houden met de verschillende tongen waarmee hij/zij spreekt en de verschillende oren die naar hem/haar luisteren. Dat wil zeggen, als ik bij voorbeeld een zakelijke boodschap wil overbrengen, dan kan ik reeds van te voren bewust vermijden dat mijn uitspraak begeleid wordt door een beledigende ondertoon of een verwijtende verwachtingshouding.

Maar: laten wij eerlijk zijn, in de ‘normale’ situatie reageren wij meestal niet zo alert en reflexief. Eerder nog reflexachtig. Juist daardoor ontstaan niet zelden de misverstanden en communicatiestoringen.

Hier ligt zeker ook een **individuele opdracht en taak** om bij zichzelf te onderzoeken met welk oor (oren) ik bij voorkeur luister. Is dit afhankelijk van mijn stemming, van de spreker, van de situatie, van (onbewust) eigen gemaakte karaktereigenschappen etc. Zo staat bij voorbeeld bij sommige mensen het relatie-oor steeds in de alarmstand, zodat zij elke uitspraak, elke blik, elke geste, heel persoonlijk opvatten en zich daardoor makkelijk beledigd, bekritiseerd of geminacht voelen.

Niet altijd kunnen en moeten ook misverstanden worden vermeden, maar de ervaring laat zien dat vele ‘simpele communicatiestoringen’ ongeproportioneerd grote misverstanden teweeg brengen, die dan een eigen (mis-)communicatieleven leiden, en die bij nader inzien niet hadden hoeven te gebeuren.

Natuurlijk en gelukkig bestaan er ook nog altijd beproefde vormen van metacommunicatie die weer op de misverstanden kunnen reageren en deze weer proberen ‘recht te trekken’ of ‘goed te maken’, bij voorbeeld excuses en verontschuldgingen. Maar dat betekent altijd, dat communicatievormen al de

tussenmenselijke relatie hebben geraakt, terwijl zij dat helemaal niet hadden bedoeld.

Anderzijds kunnen misverstanden ook vruchtbaar werken, want door de reactie van de ander kan ik mijn eigen bijdrage nog eens nauwkeuriger en zo nodig eenduidiger formuleren.

Al met al is communicatie en het gebruik van onze taal dus een zeer complex gebeuren. Reeds in de tussenmenselijke sfeer is 'de taal bewaken' een opdracht die het samenleven minstens gedeeltelijk aangenamer en ongecompliceerder kan maken. Een zekere stimulatie om onze taal te bewaken – zowel de tongen van het spreken als de oren van het luisteren – is dus niet alleen een taal-fetischisme of een zuiverheidswaan, maar meer nog een bijdrage aan een gelukke samenleving.

Maar juist deze samenleving kan door een doelgericht gebruik van de taal ook in een bepaalde richting worden gestuurd en zelfs gemanipuleerd. Dit gebeurt niet allen door toespraken van politici, veldheren, rechters, predikanten, vrijheidsdenkers, filosofen en wetenschappers, nee – dat gebeurt ook door in de wereld geslingerde 'oneliners', 'tweets' en sententies die enerzijds handig gebruik maken van het communicatievierkant maar met behulp van hetzelfde ook kunnen worden geanalyseerd.

Een voorbeeld uit de Amerikaanse verkiezingsstrijd van dit jaar:

“Make America great again.”

Wanneer wij deze slogan aan de hand van de communicatievierkant analyseren, zouden we tot volgende resultaten kunnen komen:

- (1) de zakelijke component is niet te verifiëren, want: wat betekent 'groot zijn'? Economisch, militair? Verder: betekent dit dat America dan nu klein is? Wat is dan die kleinheid? Verder: wanneer is dit proces van groot naar klein begonnen? Wat zijn de oorzaken? Mensen, omstandigheden, beleid? > het is duidelijk dat de zakelijke inhoud bij deze slogan (bewust) diffuus en onbepaald blijft.
- (2) Deze slogan roept duidelijk het gevoel bij de Amerikanen op dat hun land nu klein is, wil zeggen geen betekenis heeft, geen rol meer speelt op de wereldbühne; kennelijk hebben anderen nu de superieure plaats ingenomen, die in het zelfbewustzijn van een Amerikaan altijd hun toebehoort. Amerika en de Amerikanen zijn vernederd geraakt. Wij hebben gewoon met ons laten sollen. En er zijn eigen politici die daar de schuld van hebben. Zij zijn als slaapwandelaars door de geschiedenis gegaan; op een ochtend wordt je wakker en jouw Amerika is een klein en vernederd Amerika geworden. Het bijzonder interessante aan het relatie-niveau van deze uitspraak 'make America great again' is, dat het juist een collectief gevoel over de eigen huidige toestand opwekt; en die **gevoelde** toestand is ellendig, klein, vernederd, minderwaardig. Maar de **feitelijke** toestand is natuurlijk helemaal niet zo dramatisch. Er wordt met opzet de indruk gewekt van een heel grote discrepantie tussen het 'Amerika nu' en een 'Amerika vroeger'. Het geniale van het opwekken van dit vernederde gevoel is nu dat de echte gevoelens die daarmee gepaard gaan – namelijk teleurstelling, woede en gekrenkte trots –

nu als irascibele energieën getransformeerd worden en tegelijk overgaan in het appel.

- (3) Het appel niveau is de oproep om Amerika weer te plaats te geven die hem onuitgesproken toebehoort, als wereldmacht nummer 1. En wel op alle fronten, politiek, economisch, militair. Eindelijk wordt er weer met de ijzeren vuist geregeerd, die alle zwakheid laat verdwijnen. En jezelf maakt deel uit van deze grootse en trotse beweging. Dat hier ook een fascistisch element ligt, wordt wel niet uitgesproken, maar wordt op de koop toegenomen. Ook ligt onuitgesproken in dit appel verborgen, dat – als Amerika weer groot is – dan gaat het mij persoonlijk natuurlijk ook beter, dan heb ik weer een job, dan kan ik mijn hypotheek betalen, dan is er een goede gezondheidszorg die voor iedereen betaalbaar is, dan is er geen dreiging meer van het terrorisme, dan is Amerika weer Amerika, dan, dan Dit appel is tegelijkertijd ook de belofte.
- (4) Het niveau van de zelfmededeling lijkt in de slogan 'make Amerika great again' niet zichtbaar aanwezig te zijn, maar is het feitelijk wel, vooral in de onuitgesproken solidariteit met alle Amerikanen die onder het huidige vernederd Amerika lijden. "Ik lijd met jullie mee, ik weet wat in jullie omgaat, maar ik kan zorgen dat het weer allemaal anders en beter wordt."