

## OBJECTIVITEIT OP DE TERUGTOCHT: WOEDE-INDUSTRIE EN FEITENVRIJE POLITIEK IN HET LICHT VAN HANNAH ARENDTS FILOSOFIE

### 1 Inleiding

In 2011 sprak Bill Clinton – in het tv-programma *Good Morning America* – over de intrede van een 'feitenvrije politiek'. Hij verwees naar het optreden van Sarah Palin en de Tea Party en meende dat er een nieuwe periode in de Amerikaanse politiek was aangebroken: een periode waarin emotionele ervaringen en beelden veel belangrijker zijn dan feiten en nuchter redeneren. Clintons term werd snel opgepikt in Nederland en werd gebruikt om uit te leggen waarom populistische politici hun ogen sluiten voor onwelkome feiten en waarom zij sommige wetenschappelijke rapporten a priori verwerpen als oprispingen van de 'linkse kerk'.

Illustratief is dat populisten als Trump en Wilders onophoudelijk politieke frasen in de ether slingeren die moeten aantonen dat het land bedreigd wordt en dat radicale verandering vereist is. Wetenschappers en journalisten wijzen vervolgens op de feiten – bijvoorbeeld de afnemende misdaadcijfers of de betere prestaties van jonge moslims op school – maar dat lijkt weinig indruk te maken. Die feiten lijken eerder het populistische verhaal te bevestigen dat 'Henk en Ingrid' – de bedreigde burgers van Wilders – niet serieus worden genomen. Het gevoel dat je te grazen wordt genomen door de elite laat zich niet zomaar weerleggen.

Verontrustender is het politieke slagveld in Amerika. De voorstelling dat Trump – eenmaal president – zich aan de parlementaire mores zou aanpassen is allesbehalve bewaarheid. De leider van Amerika fungeert als volbloed demagoog en is voortdurend in de tegenaanval. Hij leeft van schandaal en schandaalbezwering en laat geen gelegenheid onbenut te zeggen dat waarheid en objectiviteit niet ter zake doen. Journalistieke professionaliteit is afgedankt. Eerder al had ondernemer-staatsman Berlusconi de aanval op de competenties van waarheidszoekers – wetenschappers, rechters en serieuze journalisten – ingezet.

Filosofo Hannah Arendt heeft waarheid en leugen in de politieke context diepgaand bestudeerd en stelt zich de vraag waarom machthebbers zo snel op de loop gaan voor feitelijke waarheden. Ze schrijft in haar essay 'Lying in Politics' – een analyse van de *Pentagon Papers* – dat de Amerikaanse beleidsmakers zichzelf hebben geïmmuniseerd tegen allerlei feiten over de inmenging in Vietnam en terecht zijn gekomen in een *defactualized*

*world*.<sup>1</sup> De politieke leiders zijn zo sterk gaan geloven in hun eigen verzinsels dat ze niet langer in staat waren om een onderscheid te maken tussen feit en fictie. Volgens Arendt zijn er veel genres van politiek liegen maar twee recentere varianten springen eruit. Ten eerste de opmars van professionele, wetenschappelijk geschoolde adviseurs en ‘probleemoplossers’ die hun zekerheden aan het publiek willen slijten en een hekel hebben aan toeval, pech en contingentie. In de *Pentagon Papers* speelden deze spindoctoren al een grote rol. Ten tweede, de opmars van de public relations en reclame-industrie. Het gaat om een leger van marketingexperts dat zich toelegt op ‘the art of making people believe in the imaginary’.<sup>2</sup> Net als andere commerciële waren worden opinies en frases klaar gemaakt voor massaconsumptie. De handel in ‘image-making’ dreigt de zorg om cultuur en publieke meningsvorming meer en meer teniet te doen.

Ik betoog in deze bijdrage dat het uitventen van leugens en laster onveranderd deel uitmaakt van wat Arendt mobilisatie van de massa noemt. Maar terwijl in het tijdperk van de Grote Verhalen zware ideologieën de toon aangaven en censuur niet werd geschuwd, wordt momenteel elk overheidsgezag gewantwoord. Nieuwe vormen van propaganda staan niet in het teken van ideologie-bevestiging maar van belastering van politieke vijanden en oppoken van woede en verontwaardiging. Emotiemarketing heeft de rol van inpompen van de waarheid overgenomen. De hedendaagse woede-industrie<sup>3</sup> – de entertainmentsector die aanhoudend leugens, provocaties en schandalen voorschotelt – lijkt korte metten te maken met idealen van objectiviteit en redelijk overleg die als ‘fake’ of ‘misleidend’ aan de kant worden geschoven.

Wat tegenwoordig als *fake news* wordt betiteld, is in feite het culminatiepunt van een immer voortspoedende *tabloidization*: het samenraapsel van ongefundeerde beweringen, halve waarheden en laster dat kenmerkend is voor wat *Fox News*, *The Sun* en vele verwante schandaalmedia dagelijks produceren. Succesvolle propaganda benut dus de logica van tabloid campagnes. Poogden fanatieke ideologen de waarheidshoeders (wetenschap, rechtspraak en kwaliteitsjournalistiek) te onderdrukken, in de woede-industrie worden kritische rapporten menigmaal afgebrand en getrivialiseerd omdat deze slechts de belangen zouden dienen van een corrupte elite van hoogopgeleiden. Deze omslag kan dus in verband worden gebracht – zie Arendts essay ‘The Crisis in Culture’ (1968) – met de almacht van massa-entertainment.

In deze bijdrage zal ik aan de hand van Arendts filosofie de opmars van nieuwerwetse propaganda – het opjatten en agiteren van de massa – duiden en nagaan in welke opzichten het zoeken naar feitelijke waarheden daardoor wordt bedreigd. Ik ga ook na wat de gevolgen ervan zijn voor wat Arendt het ‘politieke lichaam’ noemt, het domein waarin opponenten op

redelijke wijze kunnen discussiëren en besluiten nemen.

In de tweede paragraaf komen Hannah Arendt's filosofische inzichten aan bod: de verhouding tussen waarheid en leugen in de politiek, de antipolitiek van massamobilisatie en de tirannieke aspecten van vrijheid als soevereiniteit. Vervolgens verschuift de aandacht naar de woede-industrie, de vervaardiging van laster en leugens en manieren waarop vertegenwoordigers van 'de elite' worden gediskwalificeerd. In de slotparagraaf schets ik enkele contouren van een perspectief dat aanknoopt bij Arendts ideaal van politiek waarin burgers toekomen aan oordeelsvermogen en de bereidheid te herkennen en begrijpen. Anders dan vaak wordt voorgespiegeld zijn grote delen van de bevolking wel degelijk geïnteresseerd in feitelijke waarheden. De kunst is de consumentenrol te doorbreken en los te komen van campagnepolitiek, zodat er ruimte kan komen voor burgerschap en publieksvorming.

## 2. Hannah Arendt: mobilisatie van de massa versus publiek oordeelsvermogen

### *Waarheid en leugenachtigheid*

Veel intellectuelen die studie maakten van politieke taal en propaganda in de Tweede Wereldoorlog (naast George Orwell onder andere Albert Camus, Alexandre Koyré, en uiteraard Arendt) waren verbijsterd over het alomtegenwoordige liegen in de politiek. George Orwell merkte op dat politieke taal is ontworpen om leugens waarachtig te laten klinken en moorden respectvol te maken. Het vertellen van de waarheid wordt niet langer als eerzaam beschouwd maar als teken van decadente zwakte en de bereidheid te capituleren voor de vijand. Volgens Camus worden burgers in totalitaire regimes louter als object behandeld. In *The Rebel: An Essay on Man in Revolt* (1956) schreef hij dat totalitaire leiders vanaf een bergtop de bevolking toespreken. De dialoog en de uitwisseling van argumenten zijn vervangen is door de monoloog, of het nu propaganda is of retoriek.

Bij Hannah Arendt vinden we soortgelijke gedachten. In haar boek over totalitarisme bespreekt zij de systemen van 'georganiseerd liegen' en 'het fabriceren van waarheid', waardoor de leugens van propaganda werkelijkheid kunnen worden.<sup>4</sup> Maar ook in een democratische context maakt liegen een vanzelfsprekend onderdeel uit van politiek. Voorstanders van politieke verandering zijn hoe dan ook aangewezen op de verbeelding – en de verzinsels die daarbij horen – terwijl aanhangers van de status quo vaak hun toevlucht nemen tot ontkenning van feiten. In haar essay 'Lying in Politics' wijst Arendt erop dat

politiek en leugenachtigheid vanouds een innige band hebben. Het zoeken en duiden van waarheid is in veel opzichten een moeilijker opdracht.

Leugens zijn vaak plausibeler en aantrekkelijker dan de realiteit, en wel omdat de leugenaar het grote voordeel heeft op voorhand te weten wat het publiek wenst of verwacht te horen. Zijn verhaal is bestemd voor publieke consumptie met veel aandacht voor geloofwaardigheid, terwijl de realiteit de verontrustende gewoonte heeft ons te confronteren met het onverwachte, waarop we niet zijn voorbereid.<sup>5</sup>

In het essay 'Truth and Politics' merkt Arendt op dat waarheid en politiek op slechte voet met elkaar staan. Daarentegen zijn leugens altijd beschouwd als noodzakelijk gereedschap voor de demagoog en bestuurder.<sup>6</sup> Tussen liegen en handelen in de politiek, feiten transformeren en anticiperen op de toekomst, bestaat een essentiële affiniteit. Politiek is het domein van actie en brengt inventiviteit en nieuwheid in de wereld met zich mee. Verbeelding, spin en liegen zijn dus met elkaar verweven.<sup>7</sup>

Toch blijft er een koppig residu van waarheid binnen het politieke domein bestaan welke als remedie dienst kan doen voor een 'leugenachtige wereldorde'. Dat residu is gerelateerd aan verslag uitbrengen, verwoorden van ervaringen en getuigenis afleggen over incidenten.<sup>8</sup> De feitelijke waarheid kan pas tot ons doordringen en herinnerd worden op basis van de vertrouwenwekkende getuigenissen. Feiten hebben aldus een merkwaardige positieve kracht die 'valsheid' mist: ze hebben een weerbare kwaliteit. Zo kunnen verhalen over menselijke steun en goede wil niet tot zwijgen worden gebracht, zelfs niet in oorlogstijd. Volgens Arendt is deze realiteitszin echter buitengewoon fragiel omdat getuigen gemakkelijk in diskrediet kunnen worden gebracht. Wie is een geloofwaardige getuige? Feiten zijn ook gemakkelijk te vervormen of vernietigen. Zo kan georganiseerd liegen herinneringen aan een bepaald tijdvak of een bepaalde groep geheel uitwissen. Denk aan de verwijdering van Trotsky uit de geschiedenis van het socialisme.

Feitelijke waarheden vormen de grond waarop de democratische politiek zich afspeelt en publieke problemen kunnen worden besproken en aangevat. Meninge kunnen legitiem zijn zolang ze betrekking hebben op feitelijke interpretaties. Anderzijds betoogt Arendt dat feitelijke waarheden tegengesteld zijn aan meningen en wel in de manier waarop geldigheid wordt geclaimd. Waarheid heeft dan ook een element van dwang in zich. Waarheidsvinding houdt geen rekening met het open debat waarin de meningen van anderen tellen (wat de kern is van politiek denken).

Het probleem is dat de feitelijke waarheid, zoals alle andere waarheden, op gebiedende wijze claimt erkend te worden en debat uitsluit, terwijl debat juist de essentie vormt van het politieke leven.<sup>9</sup>

Om die redenen plaatst Arendt regelmatig vraagtekens bij de waarheidsclaims van experts. Politiek is het rijk van meningenstrijd, wat de Grieken *doxa* noemden, een voortdurende strijd om waarden en belangen, niet een steeds groter nabij komen tot één enkele waarheid (wat een daad van mogelijke overheersing en dwang betekent).<sup>10</sup>

### *Vechttaal*

Arendt benadrukt dat het vermogen om de realiteit onder ogen te zien en die te begrijpen de basis vormt voor politiek oordelen. Ze omschrijft oordelen in navolging van Kant als een 'enlarged mentality', het vermogen te denken vanuit het gezichtspunt van anderen. Oordelen heeft niets te maken met het spuien van meningen, maar is een politieke capaciteit: op zoek gaan naar potentiële overeenstemming.<sup>11</sup> De kracht van oordelen berust op 'geanticiperde communicatie met anderen met wie ik uiteindelijk tot enige overeenstemming moet zien te komen'.<sup>12</sup> Oordelen heeft de aanwezigheid nodig van anderen 'in wiens plaats' je denkt. Je moet rekening houden met andermans perspectieven en die willen herkennen en begrijpen.<sup>13</sup> Oordelen is altijd publiek. Claimen dat iets goed of fout is, veronderstelt de aanwezigheid van anderen die daarmee al dan niet instemmen.<sup>14</sup>

In de politieke ruimte is taal van belang. Ieders standpunt staat open voor onderzoek. Geweld daarentegen plaats communicatie op een zijspoor en maakt herkennen en begrijpen onmogelijk. Arendt vat geweld breed op, namelijk als het afbreken van communicatie. Propaganda en polemiek ontnemen mensen het medium van gedeelde communicatie, en daarmee van mogelijke solidariteit. Mensen worden niet behandeld als scheppers van betekenis, maar als objecten voor ingrepen. Propaganda en polemiek staan in het teken van manipulatie, een maken (*poiesis*), waarbij de betekenis van feitelijke waarheden er niet toe doet. Bij deze fabricage van beelden blijken vechtwoorden effectief te zijn.

Vechtwoorden behoren tot het domein van geweld, en geweld is, anders dan macht, doofstom; geweld begint waar spreken eindigt. Woorden die benut worden om te vechten, verliezen hun kwaliteit van redelijkheid en worden clichés.<sup>15</sup>

Arendt suggereert dat het gebruik van clichés, stereotypen en superlatieven duidt op een verlangen naar almacht. Ook slogans en retorische frases beloven een gefabriceerde en voorspelbare wereld, een louter greep hebben.<sup>16</sup>

Ondanks het belang van gedeelde communicatie pleit Arendt niet voor consensuspolitiek. Ze is bedacht op conformisme en heeft veel oog voor conflicten. Politiek is een competitieve ruimte: opponenten concurreren om erkenning, voorrang en bijval. Het gaat om passie voor ideeën en de bereidheid om risico's te nemen. Maar concurrentie mag niet meedogenloos zijn of de bereidheid inhouden ten koste van alles te zegevieren. We hebben een geest van vechten zonder haat nodig. Burgerschap veronderstelt het vermogen te vechten voor een zaak, openlijk, met toewijding, maar zonder fanatisme en verlangen tegenstanders uit te schakelen.<sup>17</sup>

### *Soevereine vrijheid en tirannie*

Van belang ten slotte is dat Arendt zich verzet tegen het gangbare liberale denken waarin vrijheid zou toevallen aan private personen. We zijn er aan gewend vrijheid op te vatten in termen van John Stuart Mill: hoe minder anderen interfereren in ons leven des te vrijer we zijn. Hoe minder politiek, des te meer vrijheid. Onduidelijk in die denktraditie blijft hoe conflicten geapaiseerd kunnen worden en hoe een verdeelde samenleving bijeengehouden kan worden. Volgens Arendt is vrijheid niet in het bezit van de private persoon, maar wordt genoten dankzij de politieke gemeenschap waar rechtswaarborgen gelden.<sup>18</sup> Vrijheid ligt in de ervaring van publiek handelen, in een politieke gemeenschap die bevrijd is van heerschappij (van één, weinigen en velen).<sup>19</sup>

Politiek begint waar heerschappij ophoudt. Om die reden kan de notie van soevereiniteit – in termen van gebieden en controleren – geen plaats hebben in de politiek. In het politieke domein heeft vrijheid niets te maken met individuele soevereiniteit en de ontkenning afhankelijk te zijn van medeburgers. Het ideaal van zelfvoorziening en autonomie is immers strijdig met de politieke conditie van pluraliteit.<sup>20</sup> Individuele soevereiniteit duidt erop dat de individuele vrije wil andere individuele willen zou kunnen weerstaan. Volgens Arendt is dat idee ten diepste antipolitiek en de ultieme politieke expressie van die soevereiniteit is tirannie. Het gaat in haar ogen niet om ‘vrijheid van de politiek’, maar om ‘vrijheid als politiek’, als een gedeelde betrokkenheid op pluraliteit.<sup>21</sup>

De politieke gemeenschap bestaat uit vrije burgers. Massabewegingen vormen daarvan het tegendeel. De massamens identificeert zich primair met een meute of beweging, vaak bijeengehouden door stamverwantschap, niet door het politieke lichaam (de natiestaat).<sup>22</sup> Arendt keert zich vooral tegen talige manipulaties die de onderliggende tribale gevoelens van de massa beogen aan te aanspreken. Na de Tweede Wereldoorlog zijn campagnepolitiek en de mobilisatie van de massa van aard veranderd. De entertainmentindustrie heeft zich gestort op de ‘excitability’ van de massamens – lees: consument – die gepaard gaat met een *Ausverkauf der Werte*.<sup>23</sup>

In de volgende paragraaf leg ik deze *image-making* binnen de stormachtig doorgegroeiende woede-industrie onder het vergrootglas. De waarheidshoeders – wetenschap, professionele journalistiek en rechtsspraak – moeten het andermaal ontgelden, zij het dat nu niet de bewakers van de juiste ideologie maar de marketeers van massa-emotie het niet zo nauw nemen met feitelijke waarheden. In termen van Arendt: de taal van leugens en laster plaatst gedeelde communicatie op een zijspoor terwijl de aansporing om de toon te matigen wordt opgevat als een ontoelaatbare inmenging in ieders soevereine vrijheid.

### 3 Woede-industrie, schandaalcreatie en de verkwanseling van journalistieke integriteit

Botte reportages waarin politieke tegenstanders worden afgeschilderd als gevaarlijk of ‘helemaal gek’, zijn van alle tijden. Politieke twisten in de tweede helft van de negentiende eeuw – de periode van klassenstrijd – waren waarschijnlijk veel boosaardiger dan nu het geval is. Objectief nieuws was tot aan twintigste eeuw uitzonderlijk; de kranten presenteerden zeer selectieve versies van de feiten, vaak op sensationele en emotionele wijze. Journalistiek was partijdig en ideologisch gedreven. Pas rond 1900 kregen professionele journalisten voet aan de grond en streefden naar objectieve en onpartijdige verslaglegging.<sup>24</sup> De norm van ‘objectiviteit’ heeft zich dus moeten invechten in de krantenwereld. Die verandering wordt wel in verband gebracht met de grotere vraag naar accurate en betrouwbare informatie, vooral vanuit organisaties die op feitelijke berichtgeving zijn aangewezen om hun beleid te kunnen realiseren. Hoe dat ook zij, objectiviteit komt neer op het scheiden van feiten en opinies. ‘The belief in objectivity is a faith in “facts”, a distrust of “values”, and a commitment to their segregation’.<sup>25</sup> Of, zoals de oprichter van *The Guardian* zei: ‘comment is free, but facts are sacred’.

De waarde die aan objectiviteit wordt gehecht is momenteel op zijn retour en vooral in

Amerika en Engeland zijn er nog maar weinig kranten die dat ideaal aanhangen. Daarnaast zijn in de blogosfeer en op online platforms ontelbare amateur-aanbieders van informatie actief die weinig affiniteit hebben met objectieve berichtgeving. Nieuwsproducenten lijken steeds meer gefocust op shock-politiek, wedstrijdnieuws en beroemdheden; zij laten substantiële kwesties meer en meer varen. Was enkele decennia geleden de kunst van het compromis nog levendig en werden open conflicten snel gedempt, momenteel geven medianetwerken veel meer ruimte aan provocaties van politieke straatvechters. Deze ontwikkeling – die veel robuuster is in de Verenigde Staten – kan worden geplaatst binnen de context van een gefragmenteerd publiek en de marketing van die segmenten.<sup>26</sup>

Was het spuien van politiek vitriool in het verleden voornamelijk het werk van ideologische fanatici, momenteel is het uitventen van politiek gif business geworden, een onderdeel van de woede-industrie. De commerciële media-imperia – Murdoch voorop – maar ook het leger van bloggers genereren vuilspuiterij op een schaal die historisch ongekend is. Deze industrie is er op gebrand opschudding en schandalen te creëren. Het voorschotelen van hete emoties – van predikers van haatboodschappen tot onderuit geschoffelde gezagsdragers – levert meer kijkers en lezers op dan zakelijke verslaggeving. Mediaproducten hebben een voorliefde voor ad hominem-aanvallen, over-generalisaties, beschaming en voorspellingen van naderend onheil. Ook provocatieve retoriek en opruiing – rechters zijn de ‘vijanden van het volk’ – gelden als aantrekkelijke producten. Daarnaast zijn er veel meer financiële prikkels voor bloggers en politieke commentatoren om gepolariseerde berichten aan de man te brengen, vooral in Amerika. Dat agressieve nieuwsaanbod houdt kijkers, luisteraars en lezers geagiteerd en wel in die mate dat ze ook in het vervolg weer op dezelfde kanalen of websites afstemmen. De woede-industrie kent een ongekende bloei, groeit nog altijd door en creëert een politiek klimaat waarin gemakkelijk extremisme wordt waargenomen, polarisatie wordt versterkt en politiek vertrouwen wordt aangetast.<sup>27</sup>

Leugenachtige berichten floreren in de woede-industrie, vooral onder omstandigheden van angst, dreiging, onrust en tumult.<sup>28</sup> Op de digitale snelweg hebben misleidende en onware berichten een oneindig speelveld gekregen. Allerlei geruchten en verzinsels kunnen zich snel verspreiden over talloze populaties; angstige of woedende massa’s mensen kunnen er geloof aan hechten. Ook professionele journalisten zijn er vatbaar voor. Er kunnen grofweg twee redenen worden aangevoerd voor deze verontrustende dynamiek. Ten eerste wordt in de blogosfeer en op online platforms minder waarde gehecht aan betrouwbaar nieuws. Ten tweede is er binnen de klassieke media sprake van een verdere opgang van nieuwsproducties die zijn afgestemd op de tabloid-logica. Ik bespreek beide ontwikkelingen.



## *Blogosfeer en nepnieuws*

Te midden van de chaotische informatiestromen op internet kunnen waarheid en leugen steeds moeilijker uit elkaar worden gehaald. Er is een overdaad aan beweringen zonder verifieerbare bronnen, misvattingen en fouten en die kunnen met geen mogelijkheid op tijd worden gecorrigeerd. Het hele complex van begrippen om zaken vast te stellen, waarheid en leugen, feit en fictie, echt en onecht, is vloeibaar geworden. Feit en mening worden op onnavolgbare wijze door elkaar gehusseld<sup>29</sup>.

Participanten in de blogosfeer hebben minder animo om feitelijke waarheden op het spoor te komen en zij hechten minder aan hoor- en wederhoor. De waarde die bloggers toekennen aan de werkelijkheid is afhankelijk van de dagkoersen, de trends en modegrillen in meningenland, net als de fluctuaties op de aandelenmarkt. Een leugen meer of minder maakt niet uit. Onbetrouwbare informatie wordt minder als een probleem ervaren: lezers beoordelen zelf wel of ze iets vertrouwen en als ze per se willen kunnen ze dat ook achterhalen.<sup>30</sup> Op internet bestaat dus weinig aandrang om integriteit te bevorderen en het paradigma van objectiviteit te herstellen. Integendeel, objectiviteit en waarheid worden vaak gezien als elitestrategieën.<sup>31</sup>

Nepnieuws is een verzamelterm voor bewust vervaardigde verzinsels met de intentie om de publieke opinie te beïnvloeden. Het gaat dus om berichten die intentioneel en verifieerbaar onjuist zijn en lezers kunnen misleiden. Daartoe behoren ook stukken die op satirische websites te vinden zijn maar als feitelijk of waar opgevat kunnen worden (wanneer die bijvoorbeeld ontdaan zijn van context).<sup>32</sup>

Nepnieuws is uiteraard veel makkelijker te produceren dan ‘objectief’ nieuws. Voor velen gaat het om een uitdagend spel dat overigens ook geld kan opleveren. Sommigen slagen erin aan de lopende band verzinsels over beroemdheden te produceren en halen veel reclame-inkomsten binnen op basis van clicks. Nepnieuws wijkt af van ‘normale’ bevooroordeelde of ideologische gekleurde berichtgeving waarin veel verzinsels liggen vervat. Vaak is dat nieuws verrassend, afwijkend of bizar, zodat de aandacht van massa’s mensen verzekerd is. Een voorbeeld is het bericht dat de Paus Trump tijdens zijn campagne zou ondersteunen. Een grimmiger voorbeeld is Pizzagate: een bizarre complottheorie over een pedonetwerk rond de Democratische partij waarbij een bestaand pizzarestaurant als dekmantel zou fungeren. De eigenaar werd bedolven onder dreig- en haatmails en een gewapende man vuurde een kogel in het restaurant af.<sup>33</sup>

Hoewel *fake news* reeds eeuwenlang bestaat, is het belang ervan vele malen toegenomen. Ten eerste omdat sociale media uitermate geschikt zijn om fake nieuws te verspreiden en de toegang tot publieke communicatie geen drempels meer heeft. Ten tweede omdat de politieke polarisering is gegroeid, waardoor sterker geloof wordt gehecht aan nepverhalen over de tegenpartij. Er staat een grotere premie om opponenten in diskrediet of in verwarring te brengen. Ten derde is de nieuwswaardigheid ervan groter dan ooit. Fantasten en complotdenkers als Alex Jones – een van de meest actieve verspreiders van politieke verzinsels, onder andere op zijn platform *Infowars* – zijn bepaald geen marginale figuren en staan in het volle licht van de Amerikaanse publieke schijnwerpers. Zij hebben greep op de massa gekregen.

Nepnieuws beoogt schandalen te creëren en opschudding teweeg te brengen. Zoals gezegd, er is geen sprake van ‘normale’ ideologische leugens van (potentieel) machtige groepen en partijen waarop Arendt wees. In dat opzicht sluit nepnieuws aan op het beschuldigende en emotionele frame van tabloids.

#### *Tabloid-nieuws en de nieuwe propaganda*

Tabloids gebruiken heftige taal: een probleem is een ‘crisis’, een tegenvaller is ‘mislukt beleid’ en kritiek is een ‘frontale aanval’. Prestaties zijn te danken aan personen; fouten ook. Journalisten schromen niet roddels, ongefundeerde beweringen en halve waarheden in hun verhalen te verwerken. Toch hebben de tabloids zich in de 20<sup>ste</sup> eeuw schoorvoetend bij het paradigma van objectiviteit aangesloten, de een meer dan de ander. Hoewel tabloids altijd een populistische ondertoon hebben gehad, is kritiek op politiek, parlement en rechtsspraak heden ten dage veel explicieter. De tabloids zijn rigoureuze anti-overheid en anti-gezag geworden. Journalisten gaan er nu vanuit dat mensen die aan het roer staan per definitie fout zijn.<sup>34</sup> Opvallend is ook dat de tabloids hun educatieve taken – voor zover ze eraan toekwamen – hebben laten varen.<sup>35</sup> Pleidooien voor het bestrijden van maatschappelijke verzuim zijn verdacht want druisen in tegen ieders keuzevrijheid. De suggestie dat het lezers schort aan kennis en dat zij meer inzicht zouden moeten ontwikkelen, wordt als elitair en bevoogdend van de hand gewezen. Lezers worden aangesproken als soevereine consumenten, niet als burgers.

Het tabloid-format is in veel opzichten hegemoniaal geworden. Mede vanwege de cultus van beroemdheden en de groei van lucratief emotienieuws zijn de kwaliteitsbladen meer en

meer overgegaan op visueel materiaal, kortere stukken, columns en roddel. De scheidslijn tussen kwaliteitsbladen en tabloids is steeds meer verdwenen.

In Nederland heeft *De Telegraaf* zich vanaf haar oprichting opgeworpen als een ‘crusading party’, altijd strijdlustig, met een neus voor primeurs en kwesties die de gemoederen verhitten.<sup>36</sup> De krant beaamt dat ze de politieke agenda mee wil bepalen en is niet vies van stemmingmakerij – ‘Ontsla die rechters!’ kopte de krant op 21 september 2009 – of uit de duim gezogen retoriek als ‘de oorlog tegen de automobilist’. Vaak worden de journalistieke codes aan de laars gelapt: niet eerst geruchten uitzoeken maar meteen beschuldigingen uiten. Hoewel Nederland nooit een land van tabloids is geweest, weten de rebelse onderafdelingen van *De Telegraaf* – waaronder *Geen Stijl* – een groot publiek te bereiken met allerlei lasterlijke en tendentieuze berichten.

De oorlogszuchtige toon van veel kranten en zenders van het Murdoch-imperium ontbreekt in continentaal Europa. Illustratief is de Engelse tabloid *The Sun* welke een afkeer heeft van alles wat gematigd is (van parlementaire debatten tot wetenschappelijke rapportages) en een soort alledaagse oorlogsverslaggeving praktiseert, inclusief opruiing en verdachtmakingen. Het blad houdt de Engelse politiek in een stevige greep. Zo torpedeerde het de verkiezingscampagne van socialist Kinnock in 1992 (‘It’s The Sun Wot Won It’) en knevelde Tony Blairs ambities.<sup>37</sup> De Brexit is het resultaat van een meedogenloze campagne van *The Sun* en verwante tabloids tegen Europa-protagonisten, ook die van de Tories. Die campagne heeft nog eens onderstreept dat de Engelse politiek aan de leiband ligt van de grote media-oligarchen.<sup>38</sup> De Murdoch-dynastie fungeert in feite als een politiek schaduw-imperium en niemand binnen de politieke klasse in Engeland kan aan haar agenda voorbijgaan.

In Amerika is de greep van de Murdochs op het gefragmenteerde media-universum minder groot. Niettemin heeft de dynastie de politiek menigmaal naar haar hand kunnen zetten. Zo werd vanaf 1997 met aanhoudende campagnes gepleit voor gewapende interventies in het Midden-Oosten en werd systematisch valse informatie over Irak verspreid, waaronder allerlei verzinsels over kernwapens. Na de aanval op de Twin Towers kregen oproepen tot gewapende interventies in Irak een furieus karakter. *Fox News* en tabloids als de *New York Post* waren in die jaren in een uitzinnige roes beland en gematigde politici werden op allerlei manieren verdacht gemaakt (gesproken werd onder meer over ‘defeatists’, ‘traitors’ en de ‘surrender lobby’).<sup>39</sup>

Het voorgaande suggereert dat *Fox News* als een propagandamachine kan worden gezien. Lange tijd pretendeerde Murdochs oogappel als normale nieuwsorganisatie te functioneren

maar na veel interne schandalen werd in 2017 het motto 'fair and balanced' verwijderd. De talkshow-presentatoren van *Fox News* gebruiken geen zware ideologische frases maar zijn wel dol op anti-overheid en anti-elite retoriek en brengen de deugden van rebellie en competitie voortdurend onder de aandacht. Vaak is de toon sarcastisch en provocerend, in een poging politieke correctheid aan de kaak te stellen. Waarheid en fictie, feiten en fantasieën lopen voortdurend door elkaar heen. Deze vormen van communicatie zijn niet bedoeld als propaganda in de betekenis van inprenting, maar toch zijn er een aantal propagandistische kenmerken in het spel. Ten eerste worden vaste categorieën van gevestigden en buitenstaanders, vrienden en vijanden, benut die in zijn geheel worden geaccepteerd of afgewezen. Ten tweede worden dreigende frases als 'islamisering' op een zelfverzekerde wijze herhaald.<sup>40</sup> Ten slotte worden systematisch leugens over politieke tegenstanders rondgebazuind.<sup>41</sup> Een voorbeeld is de verspreiding van de zogenaamde 'Birther myth' dat Obama niet geboren zou zijn in de Verenigde Staten en daarom een onwettige president zou zijn. *Fox News* besteedde er in 2011 50 items aan zonder dat die tegengesproken werden.<sup>42</sup>

### *Ontspoorde soevereine vrijheid*

We kunnen concluderen dat propaganda zich momenteel in het hart van de entertainmentindustrie bevindt waar vrije meningsuiting en volledige toegang tot communicatie gekoesterd en gevierd worden als absolute beginselen van de vrije wereld. Arendts kritiek op 'soevereine vrijheid' leent zich goed om die paradoxale ontwikkeling te duiden. Binnen de entertainmentsectoren – inclusief marketing en reclamebusiness – wordt de doctrine van de soevereine consument fel verdedigd. Menigmaal worden de professionele criteria en kwaliteitsjournalistiek heftig aangevallen als 'out of touch', elitair en patroniserend. Het afwijzen en het ondermijnen van die kwaliteitsmaatstaven is uiteraard een beroepsbelang van talkshow-presentatoren en andere grootverdieners in de entertainment-business. Er is een bittere noodzaak om de 'hogere cultuur' te beschimpen en als repressief terzijde te stellen, inclusief de 'elitaire' diskwalificatie van vermaak als triviaal, pretentieloos en armoedig.<sup>43</sup> Wetenschappers, intellectuelen, schrijvers en andere wijsneuzen dwarsbomen immers de vrije keuze van de consument. Eenzelfde strategie betreft het aanroepen van 'censuur' wanneer een politicus of een elitaire opiniemaker met de vinger naar de media wijst.<sup>44</sup> Wie ethische druk uitoefent op journalisten en mediaproducten om respectvolle taal te gebruiken of zich te matigen, muilkorft het vrije woord en is een vijand van de democratie.

Wie beledigt en belastert is een voorvechter en boegbeeld van de persvrijheid, een democratische held.

Om dezelfde redenen geven de Murdoch-bladen alle ruimte aan klimaatontkenners die de status van moedige dissidenten toebedeeld krijgen, dwars ingaand tegen de onderdrukkende woordvoerders van de elite die geen tolerantie hebben voor afwijkende meningen en in feite overgaan tot censuur. Zij presenteren zich wederom als helden van het vrije woord en vechters voor de goede zaak. Die strategieën kunnen geduid worden als een ‘omgekeerd marxisme’ waarbij de pijlen niet zijn gericht op het Kapitaal maar op de repressieve Staat.<sup>45</sup>

In dat kader moet ook de niet aflatende strijd tegen de BBC worden geplaatst. De publieke tv zou slechts de waarden belichamen van een kleine elite die speciale privileges en gunsten heeft weten af te dwingen. Illustratief is de kritiek van James Murdoch in zijn MacTaggart lezing in 2009. De BBC zou een bedreiging vormen voor de pluraliteit en de onafhankelijkheid van nieuwsvoorziening. De omroep dumpt immers overheid-gesponsord nieuws op de markt. Omroepen zouden verlost moeten worden van de ouderwetse regel om onpartijdig nieuws te produceren want dat impliceert 'een inmenging in de vrijheid van meningsuiting'.<sup>46</sup>

Het zal niet verbazen dat de Britse tabloids zich furieus afzetten tegen het Levenson-rapport (2013) dat verslag uitbracht over het *News of the World* schandaal en de maffiapraktijken binnen het Murdoch-syndicaat. Vooral het pleidooi voor de instelling van onafhankelijke instantie voor perstoezicht moest het ontgelden. Het rapport zou op oneerlijke wijze geënt zijn op de zienswijze van een niet gekozen centrumlinkse elite. Elites en overheden die regulering voorstaan hebben op onrechtmatige wijze macht aan het volk onttrokken. De boodschap is duidelijk: economische markten zijn de vriend van het gewone volk omdat die op veel preciezere wijze de volkswil representeren dan politieke verkiezingen.<sup>47</sup>

De maffiapraktijken rondom *News of the World* illustreren dat het Murdoch-imperium zichzelf immuun acht voor rechtsregels. Alles is geoorloofd voor een ‘goed verhaal’, ook het omkopen van (ex)politiemensen om vertrouwelijke informatie te bemachtigen. Hierdoor is persvrijheid in direct conflict gekomen met de rechten en vrijheden van gewone burgers.<sup>48</sup> In een befaamde rede in het parlement hekelde Labour-parlementariër Tom Watson de intimiderende praktijken van tabloids:

They, the barons of the media (...) are the biggest beasts in the modern jungle. (...) They are untouchable. They laugh at the law. They sneer at parliament. They have the power to hurt us, and they do, with gusto and precision, with joy and criminality.<sup>49</sup>

#### 4 Een tussenbalans

Het voorgaande illustreert dat de productie van verzinsels en leugens een vast onderdeel is geworden van het mediabedrijf. De hedendaagse democratie lijkt in een aantal opzichten te zijn 'gekaapt' door de meedogenloze campagnes van tabloid-oligarchen en een luidruchtig leger van bloggers die vol op het pedaal van bluf en intimidatie trappen. De journalisten en opiniemakers die in schandaalcreatie voorzien staan onverschillig tegenover epistemische waarden zoals feitelijke waarheid, begripsvorming en betrouwbare kennis. Zij bezien de persvrijheid niet in termen van publiek belang, maar in termen van de economische markt. Vooral mediaproductanten in de Angelsaksische wereld lijken leugen en laster te willen exploiteren. In dat klimaat gedijen 'nieuwe' vormen van propaganda die de weg vrij lijken te maken voor een post-democratische samenleving.

De soevereine vrijheid die wordt opgeëist – een vrij zijn van iedere dwang – kan in termen van Arendt als tiranniek worden geduid: vrijheid kan een afweerschild worden of als uitvalsbasis gaan fungeren voor agressie, intimidatie en wetsovertredingen. Zij heeft echter niet kunnen voorzien dat het mobiliseren van de massa – gereïncarneerd in de woede-industrie van tabloids en shocklogs – zulk een vlucht zou kunnen nemen en dat de machten die een soevereine vrijheid claimen zulk een bedreiging zouden kunnen vormen voor het politieke lichaam. De woede-industrie lijkt de natuurlijke bondgenoot van de massamens te zijn geworden: inspelen op tribale gevoelens en de legitimiteit van rechtstatelijke instituties ondermijnen ('nepparlement'; 'neprechters').

In een context van geëmotioneerde polemiek en polarisatie is er weinig ruimte om de standpunten van anderen te begrijpen. Er is veel ontmaskering, provocatie en beschuldiging, maar weinig verplaatsing in andermans belangen. Veel politici betreden het debat als een vechtmachine, zonder openheid van geest. 'Compromis' is een vies woord geworden en wordt vereenzelvigd met 'wegkijken' of 'problemen ontkennen'. Grimmige en giftige manieren van spreken vlakken de morele gevoeligheden van de deelnemers af en verleiden ertoe radicalere standpunten op te zoeken. Zo blijkt dat veel autochtone Nederlanders op onwrikbare wijze assimilatie eisen, terwijl moslims zich terugtrekken in hun eigen bastion.<sup>50</sup> Al deze tendensen

bemoeilijken de parlementaire mores. In termen van Arendt: herkennen en begrijpen van andermans belangen doen er niet toe.

Tot dusverre is gereflecteerd op de woede-industrie en de aanhoudende aanbod van laster, leugens en nepnieuws dat mediaconsumenten gretig afnemen. Dat plaatst ons voor grote uitdagingen. Dat beeld wordt nog zorgelijker wanneer we het anti-parlementaire optreden van staatshoofden als Trump en Berlusconi erbij betrekken. De opzienbarende vrijbuitersambities van eerstgenoemde zijn in politiek opzicht zonder weerga. Hij keert zich vierkant af van de journalistieke codes van objectiviteit en fact-checking. Het concept waarheid is onderhandelbaar geworden: medestanders zien te verkrijgen voor eigen noties van waarheid geldt als sleutelaspect van de *Art of the Deal*. De weigering om kritische media te woord te staan is zonder precedent en ontslaat Trump van de verplichting democratische verantwoording af te leggen. Bovendien, de klassieke media als ‘fake’ bestempelen fungeert als politiek wapen om iedere kritiek te diskwalificeren.<sup>51</sup> Trump geeft daarmee een belangrijk signaal af aan machthebbers waar ook ter wereld. Dictatoren hebben ineens een partner die evenmin betrokken is op feitelijke waarheden en zullen zich gesterkt voelen om rapporten over onderdrukking onschadelijk te maken en de controle op journalisten te vergroten.<sup>52</sup>

## 5 Uitzichten

In hoeverre zijn burgers vatbaar voor de provocerende en koortsige retoriek waarmee zij dagelijks worden bestookt? Laten zij zich meeslepen door hete emoties? Opmerkelijk is dat een groot deel van de Amerikaanse bevolking niet van vijandige en polariserende taal houdt en daarom de politiek vaarwel heeft gezegd. In feite blijven alleen de luidruchtige massa's met uitgeharde visies actief binnen de politieke frontlinies.<sup>53</sup> De afgehaakte burgers beseffen – in termen van Arendt – dat vrije communicatie over feitelijke ontwikkelingen niet meer mogelijk is in een oververhit en twistziek klimaat. Wat resteert is de dwangkoker van vechttaal.

Ook in Europa staat het grote publiek gereserveerd tegenover koortsig en opgewonden nieuwsaanbod. Paradoxaal genoeg behoren lezers van Murdoch-bladen tot de meest enthousiaste BBC-supporters; zij hebben veel meer vertrouwen in de BBC dan in de tabloids. De overgrote meerderheid van de bevolking – heel anders dan de media-syndicaten beweren – is voorstander van invoering van een onafhankelijke toezichthouder op de pers.<sup>54</sup> Dat is ook verklaarbaar: de meeste mensen kijken naar nieuws omdat ze feitelijk goed geïnformeerd

willen worden. Daarom kunnen de klassieke omroepen het niet maken nieuwsitems te vertekenen of te verzwijgen. Leugenachtig nieuws zou grote weerstand oproepen. Kwaliteitskranten kunnen zich evenmin broddelwerk veroorloven, ook *De Telegraaf* niet. De vraag naar objectief nieuws lijkt dan ook een disciplinerende functie te hebben. Daarbij speelt dat media niet straffeloos feiten kunnen negeren of verdraaien die makkelijk kunnen worden geverifieerd (zoals het aantal meldingen van discriminatie of de uitgekeerde bonussen aan topmanagers).

Niettemin, de woede-industrie lijkt een tweede ‘virtuele’ werkelijkheid te hebben geschapen die zich elke dag opnieuw aan de consument opdringt en waarin feitelijke waarheden er nauwelijks toe doen. Zo heeft *Fox News* een voorliefde voor zogenaamde ‘low feedback topics’ waarover weinig juiste informatie en veel strijdige opinies voorhanden zijn en die makkelijk verpakt kunnen worden in wij-zij frames (bijvoorbeeld bij thematieken als migratiestromen, terrorisme en gewapende interventies).<sup>55</sup> Dat alles roept een paradoxaal beeld op: enerzijds weet de woede-industrie dagelijks opwinding te veroorzaken, anderzijds lijkt het vermoeide publiek zich af te wenden van campagnes, provocaties en bekvechtende politici.

Dat neemt niet weg dat grote delen van de bevolking oprecht geïnteresseerd zijn in politieke vraagstukken. Hoe ervoor zorgen dat mensen daarover communiceren, zodat zij zich kunnen ontwikkelen tot een publiek en zich onderdeel voelen van een politieke gemeenschap? Sommigen menen dat lichte en vermakelijke educatieve programma’s burgerschap kunnen bevorderen. Ernstige en afstandelijke analyses – in de stijl van bijvoorbeeld *Le Monde* – zijn juist hindernissen om mensen te sensibiliseren voor politieke vraagstukken.<sup>56</sup> Personificatie en de emotionele taal van soaps zouden betere diensten kunnen bewijzen om mensen, en vooral mensen met relatief weinig opleiding, bij de politiek te betrekken.

Anderen betogen dat die benadering niet toekomt aan het beschouwen van complexe en dubbelzinnige politieke en sociale kwesties. Bovendien dreigt wederom te worden teruggevallen op de reductie van vraagstukken tot rigide voor- en tegenstandpunten en het frame van onverzoenlijke kampen.<sup>57</sup> Weer anderen hebben vastgesteld dat het volgen van populaire programma’s de onmacht van de kijkers eerder vergroot. Zo doet het dieet van sterrennieuws afbreuk aan het vermogen de feiten, context en complexiteiten van het publieke leven te begrijpen en moedigt ons aan om steeds weer persoonlijk en geëmotioneerd te reageren op het aanbod: toejuichen of veroordelen.<sup>58</sup> Onderzoek naar ‘partisan branding’ bevestigt dat: het uitvergroten van politieke strijd in dualistische termen dwarsboomt de bereidheid om complexiteit van publieke issues te doorvorsen. Er is in die context geen oog



voor vreemde en afwijkende verschijnselen. Kijkers achten zich ontslagen van de verantwoordelijkheid om zelf perspectieven te duiden en een mening daarover te vormen. Uiteindelijk wordt alleen het beperkte emotionele repertoire van boosheid of empathie benut.<sup>59</sup> Het emotie-frame van gemakkelijke mediaproducten voldoet dus niet. Anderzijds is greep krijgen op complexe politieke vraagstukken in veel opzichten problematisch en te veel gevraagd.

Nu hoeven we gelukkig niet af te gaan op het mediaspektakel om publiek oordeelsvermogen te ontwikkelen, en al helemaal niet om de vaardigheden van burgerschap onder de knie te krijgen. Zo zijn massa's mensen als vrijwilliger actief bij vele uiteenlopende civil society organisaties. Samenwerken in verenigingsverband is een democratische leerschool en die ervaring vormt een welkom tegenwicht voor de agitatie waarmee het kijkpubliek dagelijks wordt geconfronteerd.

Ook hier zijn de denkbeelden van Hannah Arendt instructief. Zij geldt dan wel als criticus van de massademocratie en de reductie van burgers tot consumenten, maar ze is tegelijk voorstander van participatie-politiek. Zij meent dat iedereen tot kritische reflectie in staat is en bij kan dragen aan de instandhouding en versterking van de politieke gemeenschap. In haar boek *On Revolution* zet ze uiteen dat democratie het best tot zijn recht komt in kleinschalige contexten zoals de Amerikaanse 'wards' waarvoor Jefferson pleitte, en de radendemocratie die menigmaal gedurende revolutionaire perioden ontstond. De raden vormen spontane associaties waarin gedeelde communicatie kan plaatsvinden. Arendt erkent dat een systeem van raden niet volstaat om grote politieke eenheden te besturen. Niettemin meent ze dat het bonte palet van grassroots democratieën als veiligheidsventiel kunnen fungeren en een tegenwicht vormen voor de massamaatschappij.<sup>60</sup> Bovendien, in lokale democratische lichamen is politiek handelen verlost van spindoctors, voorlichters, adviseurs, marketeers en andere experts en daarmee tevens verschoond van mistige en misleidende taal. Juist in samen spreken en doen in de eigen omgeving worden realiteitszin en feitelijk inzicht ontwikkeld. De kunst is die publieksvorming – bijvoorbeeld in adviesraden en buurtforums – aangenamer en uitdagender te maken.

---

<sup>1</sup> H. Arendt, *Crisis of the Republic*. New York: Harcourt Brace Jovanovich 1972, 36.

<sup>2</sup> *Ibidem*, 8.

- 
- <sup>3</sup> J.M. Berry en S. Sobieraj, *The Outrage Industry. Public Opinion, Media and the New Incivility*. New York: Oxford University Press 2014.
- <sup>4</sup> H. Arendt, *The Origins of Totalitarianism*. New York: Harvest/HBJ Books 1973[1951], 252.
- <sup>5</sup> Arendt, Crisis, 6-7. De citaten van Arendt zijn door de auteur zelf vertaald.
- <sup>6</sup> H. Arendt, *On Revolution*. Harmondsworth: Penguin 1990[1963], 227.
- <sup>7</sup> Zie ook: J. Keane, *Lying, Journalism, Democracy*. keynote lecture Journalism Education Association of Australia. Sydney, 2010 <http://johnkeane.info/media/pdfs/lectures/jk-lectures-lying-media-and-democracy.pdf-revised.pdf>.
- <sup>8</sup> H. Arendt, *Between Past and Future. Eight Exercises in Political Thought*. New York: Penguin 1977, 238.
- <sup>9</sup> Ibidem, 241.
- <sup>10</sup> P. Birmingham, A Lying World Order: Deception and the Rhetoric of Terror, *The Good Society* 16.2 (2007), 32-37.
- <sup>11</sup> M. Canovan, *The Political Thought of Hannah Arendt*. Londen: Dent & Sons 1974, 211.
- <sup>12</sup> Arendt, *Between Past and Future*, 220.
- <sup>13</sup> Ibidem, 241.
- <sup>14</sup> P. Hansen, *Hannah Arendt. Politics, History and Citizenship*. Cambridge: Polity Press 1993, 210.
- <sup>15</sup> H. Arendt, *Essays in Understanding 1930-1954*. New York: Schocken Books 2005, 308.
- <sup>16</sup> Birmingham, A Lying, 35.
- <sup>17</sup> Arendt, Crisis of the Republic, 167; Zie ook: P. Roberts-Miller, Fighting Without Hatred: Hannah Arendt's Agonistic Rhetoric, *Journal of Composition Theory* 22.3 (2002), 585-601.
- <sup>18</sup> Arendt, *Between Past and Future*, 146.
- <sup>19</sup> Hansen, Hannah Arendt, 73.
- <sup>20</sup> Canovan, *Political Thought*, 70.
- <sup>21</sup> Hansen, Hannah Arendt, 59.
- <sup>22</sup> Canovan, *Political Thought*, 33.
- <sup>23</sup> Arendt, *Between Past and Future*, 199, 204.
- <sup>24</sup> J. Tulloch, The Eternal Recurrence of New Journalism, in: C. Sparks en J. Tulloch (red.), *Tabloid tales. Global debates over media standards*. Lanham: Rowman & Littlefield 2000, 131-146.
- <sup>25</sup> Geciteerd in B. McNair, After objectivity? Schudson's sociology of journalism in the era of post-factuality, *Journalism Studies* 18.10 (2017), 1318-33, 1325.
- <sup>26</sup> Berry en Sobieraj, *The Outrage Industry*.
- <sup>27</sup> Berry en Sobieraj, *The Outrage Industry*.
- <sup>28</sup> Keane, *Lying*.
- <sup>29</sup> H. Blanken en M. Deuze, *Pop Up: de botsing tussen oude en nieuwe media*. Amsterdam: Atlas 2007, 84 en 123.
- <sup>30</sup> Ibidem, 197 en 227.
- <sup>31</sup> B. McNair, *Fake News. Falsehood, Fabrication and Fantasy in Journalism*. Londen en New York: Routledge 2018, 19.
- <sup>32</sup> Ibidem, 30. Ook H. Allcott en M. Gentzkow, *Social Media and Fake News in the 2016 Election*, Cambridge Ma: National Bureau of Economic Research 2017.
- <sup>33</sup> McNair, *Fake News*, 12.
- <sup>34</sup> M. Dean, *Democracy under attack. How the media distort policy and politics*. Bristol: The Policy Press 2013.
- <sup>35</sup> C. Sparks, Introduction: The Panic over Tabloid News, in: C. Sparks en J. Tulloch (red.), *Tabloid tales: Global debates over media standards*, Lanham: Rowman & Littlefield, 2000, 1-40.
- <sup>36</sup> M. Wolf, *Het geheim van De Telegraaf. Geschiedenis van een krant*. Amsterdam: Boom 2009.
- <sup>37</sup> D. McKnight, *Murdoch's politics. How one man's thirst for wealth and power shapes our world*. Londen: PlutoPress 2013.
- <sup>38</sup> A. Beckett, Revenge of the tabloids, *The Guardian* 27 oktober 2016.
- <sup>39</sup> McKnight, *Murdoch's politics*, hfst. 8.
- <sup>40</sup> J. Black, The Ethics of Propaganda and the Propaganda of Ethics, in: L. Wilkins en C.G. Christians (red.), *The Handbook of Mass Media Ethics*. New York: Routledge 2009, 130-148 en J.H. Boyett, *When Does Rhetoric Become Propaganda?*, 2009, [www.jboyett.com](http://www.jboyett.com)
- <sup>41</sup> McNair, *Fake News*, 78.
- <sup>42</sup> McNair, *Fake News*, 50 en 78.
- <sup>43</sup> D. O'Neill, D. (2012), No cause for celebration: the rise of celebrity news values in the British quality press, *Journalism Education* 1.2 (2012), 26-44.
- <sup>44</sup> Dean, *Democracy*, 472.
- <sup>45</sup> McKnight, *Murdoch's politics*, 125.
- <sup>46</sup> McKnight, *Murdoch's politics*, 219 en 124.

- 
- <sup>47</sup> T. Frank, *One Market under God: Extreme Capitalism, Market Populism, and the End of Economic Democracy*. New York: Random House 2000.
- <sup>48</sup> Dean, *Democracy*, 494.
- <sup>49</sup> Geciteerd in N. Davies, *Hack Attack. How the truth caught up with Rupert Murdoch*. Londen: Vintage 2014, 257.
- <sup>50</sup> H. Moors e.a., *Polarisatie en radicalisering in Nederland. Een verkenning van de stand van zaken in 2009*. Tilburg: Universiteit van Tilburg 2009.
- <sup>51</sup> McNair, *Fake News*, 77 en 91.
- <sup>52</sup> *Ibidem*, 82.
- <sup>53</sup> M.P. Fiorina, Parties, participation, and representation in America: Old theories face new realities, in: I. Katznelson en H.V. Milner (red.), *Political Science: State of the Discipline*. New York en Londen: Norton 2002, 511-541.
- <sup>54</sup> Dean, *Democracy*, 79.
- <sup>55</sup> F. Manjoo, *True Enough. Learning to Live in a Post-Fact Society*. New Jersey: John Wiley 2008.
- <sup>56</sup> R. van Santen en L. van Zoonen, Popularisering en personalisering in politieke communicatie, *Tijdschrift voor communicatiewetenschap* 37.2 (2009), 155-22 en L. Zoonen, *Media, cultuur en burgerschap*. Amsterdam: Het Spinhuis 2004.
- <sup>57</sup> J. Scheuer, *Sound Bite Society. Television and the American Mind*. New York: Four Walls Eight Windows 1999.
- <sup>58</sup> O'Neill. No cause.
- <sup>59</sup> M. Karlberg, Partisan Branding and Media Spectacle: Implications for Democratic Communication, *Democratic Communique* 18 (summer 2018), 1-18.
- <sup>60</sup> Jeffrey C. Isaac, *Arendt, Camus and Modern Rebellion*. New Haven en Londen: Yale University Press 1992.