

PDF hosted at the Radboud Repository of the Radboud University Nijmegen

The following full text is a publisher's version.

For additional information about this publication click this link.

<http://hdl.handle.net/2066/95478>

Please be advised that this information was generated on 2019-03-23 and may be subject to change.

Over een ding is men het over het algemeen wel eens: een trend is een verschijnsel dat een zekere begrenzing in de tijd kent. Toch is de onstuimige groei van de PVV onder Wilders geen trend, hoe graag sommigen die ontwikkeling ook zo zouden willen afdoen. Het tegendeel is eerder waar.



trend, hype of traditie?

In ons land, dat van oudsher een uitbundige partijenfauna kent, zijn er altijd partijen geweest die een grote aantrekkingskracht hebben op burgers die zich achtergesteld voelen. Vooral intellectuelen komen adjectieven tekort om hun misprijzen over die partijen te onderbouwen, al maken weinigen het zo bont als Menno ter Braak die voor de Tweede Wereldoorlog al termen gebruikte als: het exploiteren van maatschappelijk ressentiment, het stimuleren van boosheid en het stigmatiseren van burgers als eeuwig slachtoffer van links en de elite. Maar kregen de partijen van Boer Koekoek, Janmaat en Fortuyn niet dezelfde verwijten? De PVV is dus geen trendpartij maar een kenmerk van onze multipartijencultuur. En mocht er geen Koekoek, Janmaat, Fortuyn of Wilders voorhanden zijn, een opvolger met het juiste appeal is er altijd wel. Aan potentieel geen gebrek.

Dus moet het begrip trend preciezer worden gedefinieerd, bijvoorbeeld zoals dr. Carl Rohde als trendwatcher en cultuursocioloog aan de Universiteit van Utrecht het doet. Zoals hij aan zijn stand verplicht is, gaat hij ervan uit dat trends gevalideerd moeten zijn: onderbouwd door empirisch onderzoek en met een houdbaarheid van gemiddeld 8 jaar. Uiteraard erkent hij het bestaan van kortetermijntrends, maar die moeten het doen met het label 'hype'.

Volgens Rohde krijgen/hebben we onder meer met de volgende trends te maken. Allereerst het verschijnsel 'urban nomad', waarbij mensen met de laptop onder de arm op vele plaatsen in de stad en op alle (on)mogelijke tijdstippen aan het werk zijn. Op het toenemende belang van 'social media' heb ik al eerder in een column gewezen. De recente gebeurtenissen in het Midden-Oosten onderstrepen het belang van Facebook en Twitter op een dramatische manier.

Verder zullen 'kwaadheid, wantrouwen en cynisme' toenemen, met name gericht op bankiers en politici. Dat zou betekenen dat het vertrouwen van burgers in de politiek zal afnemen. Vooralsnog bestaan daar echter geen duidelijke aanwijzingen voor. Al decennialang hebben de media het over de groeiende kloof tussen burgers en politiek. Maar minstens even lang wordt het bestaan en vooral de groei ervan door kiezersonderzoek ontkend.

Parallel aan de trend van kwaadheid, wantrouwen en cynisme eisen burgers steeds vaker 'totale transparantie'. Niet alleen van de politiek en de diplomatie (Wikileaks!), maar ook van het bedrijfsleven. Bedrijven zullen dus na het verstrekken van verkeerde of onvolledige informatie consumentensancties kunnen verwachten.

Mijn eigen 'bedrijf', de Radboud Universiteit, zal een belangrijke trend verder doorzetten: de e-consulten die het patiënten met bepaalde aandoeningen veel gemakkelijker maakt om met de behandelend arts te communiceren. Patiënten met bijvoorbeeld ALS (Amyotrofische Laterale Sclerose) hebben veel baat bij deze e-consulten. Laten we hopen dat de verdere ontwikkeling ervan veel meer dan een trend zal worden en dat in de toekomst e-consulten een veel ruimere toepassing zullen vinden.

Monique Leyenaar
Hoogleraar Vergelijkende Politicologie,
i.h.b. Politieke Participatie en Politieke Vernieuwing,
Radboud Universiteit Nijmegen
m.leyenaar@fm.ru.nl