

Quintus Tullius Cicero



HOE JE VERKIEZINGEN WINT

**Romeins handboek voor een
effectieve verkiezingscampagne**

ISVW UITGEVERS

Quintus Tullius Cicero

Hoe je
verkiezingen
wint

ISVW UITGEVERS

INHOUD

Voorwoord – Paul 't Hart
5

Inleiding – Rogier van der Wal
12

Hoe je verkiezingen wint
27

De Latijnse tekst
56

Dankwoord
76

Noten
77

VOORWOORD

Politiek is van alle tijden. Samenleven vereist het trekken van grenzen – fysiek, juridisch, sociaal – tussen ‘wij’ en ‘zij’ en tussen ‘binnen’ en ‘buiten’. De interne en externe veiligheid van de gemeenschap moet worden gewaarborgd. De voor samenleven onontbeerlijke grondstoffen, infrastructuur en hygiëne moeten worden verzekerd en beheerd. Samenleven vereist ook schikken en plooiën tussen mensen en de sociale groepen waartoe zij behoren, en daar waar zij dat niet zelf kunnen doen, moeten er bindende beslissingen kunnen worden genomen. Voor dat alles is, onder andere, ‘politiek’ nodig. De grote vraag is dan hoe politiek is georganiseerd. Welke instituties reguleren de selectie van politieke ambtsdragers en de collectieve besluitvorming? Volgens welke spelregels wordt het politieke spel gespeeld? Wie mogen eraan deelnemen, op welke gronden, en hoe hebben zij zich te gedragen om zich succesvol te manifesteren?

De aspirant-politicus Marcus Tullius en zijn raadgevende broer Quintus die in dit geschrift centraal staan, leefden in wat later de eindfase van de republikeinse staatsvorm in het oude Rome zou blijken te zijn. Ver-

deelde macht, tijdelijkheid van publieke ambten, vrije verkiezingen: dat waren de formele spelregels waarmee zij te maken hadden. Maar Quintus gaat er in zijn pamflet terecht van uit dat het in de politieke praktijk natuurlijk vooral ook draait om de informele spelregels. Hij richt zich in zijn adviezen dan ook als een Machiavelli avant la lettre niet zozeer op hoe de politiek hoort te zijn, maar hoe zij werkelijk is. En in veel opzichten is de politieke realiteit van de late Romeinse Republiek voor de vroeg eenentwintigste-eeuwse lezer verrassend actueel. Ik noem een paar treffende gelijkenissen.

Er is een zittende elite en er zijn politieke outsiders die tot de gevestigde orde willen doordringen.

De gebroeders zijn zogeheten *new men*: niet afkomstig uit een aristocratische familie die kan bogen op een lange lijn krijgsheren of staatslieden, of op 'oud geld'. De *new men* moesten zich invechten in het door de aristocratie gedomineerde politieke systeem. Hun wapens waren hun persoonlijke vaardigheden, maatschappelijke verdiensten en zorgvuldig gecultiveerde sociale netwerken. Marcus Tullius Cicero bezat de eerste twee in ruime mate; zijn broer spoort hem in het pamflet aan om zich juist daarop nadrukkelijk te beroepen bij de opbouw en uitbreiding van zijn netwerken onder de toenmalige politieke *power brokers*. Momenteel zien we dat veel verkiezingen in de westerse wereld ook volgens het script van gevestigde orde versus nieuwkomers/buitenstaanders verlopen. Donald Trump is de ultieme politieke parvenu die succes heeft geboekt

met ostentatief en provocatief ‘anders dan de anderen’ zijn. Daar waar het volk mort of bang is en de gevestigde elite daar onvoldoende snel of vergaand op inspeelt, ontstaat een gelegenheidsstructuur voor politieke nieuwkomers, ongeacht van welke zijden van het politieke spectrum ze afkomstig zijn. Zij bieden zwevende en boze kiezers een weliswaar onbeproefd maar daardoor mogelijk juist enerverend relatiecontract aan.

Politici zijn handelaren in hoop en beloften.

Quintus spoort Marcus aan om niet karig te zijn met de beloften die hij doet in zijn pogingen te dingen naar de gunsten van de kiezers. Een verstandige manager in het zakenleven doet aan ‘underpromise, so you can overdeliver’; een politicus in verkiezingstijd kan zich dat meestal niet permitteren. In de Amerikaanse speelfilm *Milk* over de gelijknamige activist Harvey Milk die in San Francisco als eerste openlijk homoseksuele politicus in de gemeenteraad werd gekozen, zit een in dit verband treffende scène. Harvey, als homo-rechtenactivist een uitgesproken politieke outsider, wil een raadszetel om een stem te geven aan de boosheid en de angst van de homo’s en lesbiennes die de kern van zijn achterban vormen. Heilige verontwaardiging is zijn drijfveer, en ook de kern van zijn politieke platform. Na een verkiezingsdebat met een politieke tegenstrever geeft deze – een politiek bepokte en bemazelde insider – hem vaderlijk advies dat Harvey op deze manier nooit verder zal komen: ‘Hope is what the people want. You have got to give them hope.’ Harvey

trekt zich het advies aan, verbreedt zijn politieke platform en voegt positieve boodschappen aan zijn campagne toe. Het werkt. Natuurlijk is de strategie van beloven niet zonder risico's. Veel politici raken eenmaal gekozen verstrikt in de spiraal van 'overpromising but underdelivering'. Quintus onderkent dat, maar adviseert Marcus zich daar niet al te druk over te maken. Eerst moet je gekozen zien te worden, de kater komt dan later wel. Zie daar de instelling van menige moderne 'campagneadviseur'. En zo groeit de kloof tussen de logica's van campagne voeren en regeren.

Politiek is een spektakel.

Politiek is 'show business for ugly people', zoals de Amerikaanse journalist Walter Lippmann ooit opmerkte. De Nederlandse politieke traditie is in zekere zin een anomalie tegen deze oerwet. Wij vreesden juist het potentieel explosieve effect van het dramatiseren van de toenmalige religieuze en klassentegenstellingen. Politiek in Nederland was daarom in belangrijke mate 'achterkamertjespolitiek', die zich afspeelde in de beslotenheid van fractiekamers en 'bestuurlijke' overlegtafels. Zij werd – en wordt nog steeds – gevoed door een hermetisch bolwerk van beleidsambtenaren, kennisinstituten en overlegorganen. Die halen de politieke angel uit kwesties door ze te gieten in het ondoorgrondelijke en vooral ook gewild onspectaculaire jargon van onderzoekers, professionele lobbyisten en publieke managers.

Zo niet in het oude Rome. Quintus Cicero had een fijn

gevoel voor het belang van dramaturgie, symboliek en rituelen in de politiek. Een politieke kandidaat moet zichzelf en zijn aanhang zichtbaar maken, de macht van het getal als het ware visualiseren, op de momenten en plaatsen in het politieke bedrijf die zich daarvoor bij uitstek lenen. Hij adviseert Marcus: 'Zorg ervoor dat je hele campagne één grote show is, vol glans, prachtig en populair' – een advies dat nog steeds uiterst relevant is, maar dat getuige de povere performatieve kwaliteiten van veel Kamerleden in de Nederlandse politieke cultuur nog steeds op weerstand stuit. Maar de tijden zijn veranderd. Het electorale succes van mensen als Pim Fortuyn en Geert Wilders is niet alleen te danken aan hun identiteit en opstelling als politieke outsiders, maar aan hun ontegenzeggelijke kwaliteiten op het vlak van zelfdramatisering. In de hedendaagse dramademocratie hebben net als in het oude Rome showmensen een belangrijke streep voor.

Politiek is strijd, en in die strijd is veel geoorloofd.

Quintus heeft weinig illusies als hij opmerkt: 'Alles is vol bedrog, intriges en verraad.' Hij had eraan toe kunnen voegen: 'Alles draait om geld.' De Romeinse politicus moest gunsten kopen. Politieke kandidaten staken zich diep in de schulden om stemmen te kopen, en letterlijk brood (gratis graan verspreiden) en spelen (gladiatorenspetakels en paardenraces) te organiseren. Zij zagen dat als een investering in de glorie die hen en hun familie ten deel zou vallen wanneer zij de campagne succesvol zouden afsluiten. Ze hoopten (en manipuleerden zo veel ze konden) dat ze na het verstrij-

ken van hun ambtstermijn in Rome een sinecure in een van de oneindige provincies van het Rijk konden vervullen, waar ze via steekpenningen en afromen van belastinginkomsten hun schulden konden inlossen en hun financiële toekomst zeker konden stellen. Tegenwoordig moet je als politicus de in een internetsamenleving steeds schaarse publieke aandacht verwerven. Nu politieke partijprogramma's en organisaties steeds irrelevanter worden, gaan we terug naar Romeinse toestanden: de politiek personaliseert. Het is ieder voor zich. Je moet jezelf een platform verschaffen om kwesties te agenderen, jouw 'frame' dominant te laten worden in de media en online. Spektakels organiseren. Dat betekent: dure spotjes maken en dure zendtijd kopen, een uitgekiende socialemediacampagne voeren, jezelf in de kijker van de media spelen. De Nederlandse politiek is momenteel nog uitzonderlijk beschaafd. De partijfinanciering zit verhoudingsgewijs gedegen in elkaar. Geld speelt in verkiezingscampagnes nog nauwelijks een rol. Campagnes worden hier allemaal op een aandoenlijke lowbudgetmanier gevoerd. De vraag is hoe lang nog. In een toenemend aantal landen – denk aan de VS, Japan, Zuid-Korea, Italië – is inmiddels het omgekeerde het geval. Geld garandeert geen verkiezingswinst, maar zonder geld ben je nergens. De vraag is hoe je aan dat geld komt en wat je er als politicus voor moet doen en laten. Welke beloftes moet je maken of breken? Welke vriendschappen moet je cultiveren of verbreken?

Hoe je verkiezingen wint is een Romeinse handleiding voor een effectieve verkiezingscampagne. Toen de belangrijkste redenaar, Marcus Tullius Cicero, in 64 v.Chr. het consulschap ambieerde, kreeg hij advies van zijn praktisch ingestelde broer. In een fraaie brief vatte die pakkend samen hoe je een succesvolle campagne runt. Zo adviseerde Quintus zijn broer om iedereen van alles te beloven. En verder: hou alle mensen te vriend. Pas jezelf steeds weer aan en voer een goede show op voor de kiezers.

In dit boek staan Cicero's adviezen aan zijn broer in een toegankelijke vertaling. Hoe liep diens verkiezing eigenlijk af? Welnu, het werkte. Cicero won glansrijk. Bent u de volgende die zich dankzij Quintus Cicero op het pluche manoeuvreert? Oude wijsheid roest immers niet.

