

# Wat ontgroeidenkers kunnen leren van Friedrich Hayek en Edward Bernays. Over de hegemonisering van de politiek van de leefbaarheid



SÉBASTIEN HENDRICKX

**‘There is no alternative.’ De beruchte slogan van Margaret Thatcher (1925-2013) kreeg je vaak expliciet of impliciet voor de voeten geworpen wanneer je je de voorbije decennia trachtte te kanten tegen het dominante economische systeem. Je was tegen het ‘kapitalisme’ omwille van de koloniale wortels ervan, omdat het een productiviteitsmachine was die extreme sociale ongelijkheid voortbracht, en klimaat en milieu in een steeds sneller tempo ontregelde. Toch maakte je deel uit van dat ‘systeem’, en plukte je er als witte middenklassewesterling ook enigszins de vruchten van. Je stamelde pas echt wanneer je dat ‘alternatief’ trachtte te omschrijven.**

## Ontgroeien

Van dat laatste ongemak bevrijdt de bestseller *Less is more* (2021) ons alvast.<sup>1</sup> Jason Hickel, antropoloog bij de London School of Economics, toont er niet alleen onomstotelijk in aan dat het kapitalisme, dat drijft op het maken van winst, de herinvestering van die winst en dus op schijnbaar oneindige groei, een onmogelijk toekomstpad is. Puur materieel gezien werpt de planeet waarop en waarvan we leven verschillende harde ecologische grenzen op. Van het overschrijden van die grenzen merken we steeds meer de extreem vernietigende kracht. Met ijzersterk cijfermateriaal maakt Hickel duidelijk dat ‘groene groei’ — groei losgekoppeld van een te grote energie- en materiaalvoetafdruk — als nieuwe weg voorwaarts evengoed doodloopt, en dat technologische innovatie de problemen niet op magische wijze zal oplossen. We zullen toch moeten kiezen: willen we het kapitalisme redden of het leven?

Voor hen die de tweede optie verkiezen, tekent Hickel dus ook een geloofwaardig alternatief uit: een economie die draait rond ecologische stabiliteit en menselijk welzijn, in plaats van zich

blind te staren op aandeelhouderswinsten en de groei van het bbp. Hickel is niet de eerste die het ontgroeidenken op de agenda plaatst, maar de helderheid van zijn boek, de timing van de publicatie en de behendigheid waarmee de schrijver grote ideeën vertaalt naar concrete, haalbare beleidsvoorstellen, zorgen ervoor dat *Less is more* een absolute verademing is, een houvast in tijden van wanhoop en paniek.

Toch maakt het boek, ondanks al zijn kwaliteiten, de belofte die zijn ondertitel suggereert — *How degrowth will save the world* — slechts gedeeltelijk

verenigen en zich als meerderheid laten gelden. Zo kan de nodige staatsmacht op een overtuigende manier democratisch worden gelegitimeerd. Al wie wat ervaring heeft met het ingewikkelde proces van activistische coalitievorming kan zich bij het lezen de vraag stellen hoe zinvol het is om arbeiders, vrouwen, inheemse volken, postkoloniale activisten, boeren, tuiniers, wetenschappers, uitvinders, milieubewuste ondernemers,... te verzamelen onder één enkele terminologische paraplu, en dan nog die van klasse. Toch telt het lezenswaardige boekje een aantal relevante vragen en inzichten.

Meermaals verwijzen Latour en Schultz naar Antonio Gramsci (1891-1937), en dat hoeft niet te verbazen. Het gedachtegoed van de Italiaanse marxist is cruciaal wanneer we naar antwoorden zoeken op die machtsvraag. Gramsci definieerde het politieke in essentie als

een strijd om hegemonie. Dat is de dominantie van een samenhangend geheel van maatschappelijke zienswijzen, waarden en normen, dat zich institutioneel verankert en zo andere mogelijke perspectieven uitsluit. Hegemonie bakent de horizon af van wat politiek mogelijk, realistisch, noodzakelijk en wenselijk wordt geacht, en wat niet. Zo'n dominant kader vestigt én handhaaft zich niet zomaar vanzelf, maar impliceert dus voortdurende strijd — een actieve, strategische inmenging in de loop van de geschiedenis. Volgens Gramsci is die strijd in belangrijke mate cultureel van aard: via de domeinen van het onderwijs, de wetenschap, de media, de kunst en de cultuur van het alledaagse leven kan je invloed uitoefenen op de ideeën, waarden, en zelfs gevoelsstructuren en identiteiten die een samenleving beheersen.

### Strategie

Zelf leven we sinds de Thatcher-jaren al vier decennia onder de hegemonie van het neoliberalisme, dat nu op zijn laatste benen lijkt te lopen, al werd het einde ervan al wel vaker onterecht



Hoe tover je de ideeën om in daadwerkelijk ontgroeibeleid?

waar. Er mag dan wel een alternatief bestaan, dat ook nog eens het potentieel bezit om populair te zijn onder grote delen van de bevolking, maar hoe tover je de ideeën om in daadwerkelijk ontgroeibeleid? Een politiek van de leefbaarheid heeft naast goede boeken en een schare overtuigde lezers ook nood aan effectieve staatsmacht om de 'wereld te redden'. Dus: hoe vergaar je die? En hoe doe je dat binnen de specifieke context van het eenentwintigste-eeuwse, westerse politieke systeem, dat we zouden kunnen omschrijven als een parlementaire democratie met sterke oligarchische trekken en illiberale neigingen?

### Hegemonie

Die machtsvraag dreef ook Bruno Latour en Nikolaj Schultz bij het schrijven van hun korte politieke traktaat *Mémo sur la nouvelle classe écologique* (2022). Ze lijsten daarin op welke groepen mensen allemaal baat zouden hebben bij een beleid dat leefbaarheid ernstig neemt, en dat is natuurlijk min of meer iedereen afgezien van de 1%. Deze bonte groep moet zich volgens het duo alleen nog

afgekondigd. Binnen het neoliberale model bestaat de belangrijkste taak van de overheid erin om met deregulering en privatisering economische groei aan te zwengelen. Burgers zijn in de eerste plaats zelfredzame individuen die in ‘vrije’ concurrentie met elkaar hun ‘eigenbelang’ kunnen nastreven. Een van de alternatieven die de neoliberale hegemonie mee onzichtbaar maakte was trouwens net het ontgroeidenken. Na de publicatie van *The Limits to Growth* in 1972, het beruchte rapport van de Club van Rome, begon dat heel even aan een politieke opmars, tot de oliecrisis van 1973 die opmars vroegtijdig afremde.

Volgens de politieke denkers Nick Srnicek en Alex Williams kunnen we best veel leren van de doorgedreven strategische manier waarop de neoliberale hegemonie werd voorbereid en geïnstalleerd. In hun manifest *Inventing the Future* (2016) reconstrueren de twee op een bepaald moment de geschiedenis en methodes van de Mont Pelerin Society, het kransje neoliberale economen dat er uiteindelijk in slaagde om de hele wereld te transformeren. Friedrich Hayek (1899-1992) en co. breidden decennialang geduldig hun invloed uit, dankzij de oprichting van een internationaal netwerk van denktanken, de verwerving van cruciale institutionele posities binnen belangrijke universiteiten, aan de hand van lobbywerk als adviseurs voor verschillende regeringen en de popularisering van hun gedachtegoed in de vorm van artikels in veelgelezen dagbladen en magazines,... Door zowel de opvattingen van het bredere publiek als die van de elites actief te bewerken, ontketende de Mont Pelerin Society een dynamiek die op den duur leidde tot een nieuwe *common sense*.

Vandaag is het ontgroeidenken grotendeels afwezig in het bestaande ideologische landschap: er zijn nauwelijks politici die het openlijk uitdragen, en ondanks de gestaag toenemende zichtbaarheid ervan kent de overgrote meerderheid van de bevolking het nog niet als een valabele keuzemogelijkheid. Het razende tempo waarmee de ecologische en sociale crises zich nu voltrekken werpt tegelijk obstakels én mogelijkheden op voor contra-hegemoniale strategieën: enerzijds beschikken we niet over de decennia die de Mont Pelerin Society nodig had om de omslag

die ze beoogden te realiseren; anderzijds kan het groeiende gevoel van urgentie de geesten wel versneld doen rijpen voor een fundamenteel ander maatschappelijk model — al is er natuurlijk geen garantie dat dat model per se rechtvaardiger en duurzamer zal zijn dan het huidige.

Een vanzelfsprekend belangrijk terrein waar ontgroeidenkers de hegemoniale strijd dienen te voeren is dat van het economische vakgebied. De universitaire colleges, de commentaren van experts in televisiejournals en kranten, de analyses in gezaghebbende economische tijdschriften, de adviezen aan regeringen en bedrijven dragen nog steeds het stempel van het pensée unique dat groei als basisvoorwaarde beschouwt voor een gezonde economie. De pogingen tot verandering van elite-opinies zullen zich bovendien noodzakelijkerwijs op een internationale schaal moeten afspelen. Binnen de huidige context van een sterk geglobaliseerde economie is de vrijheid van individuele landen om een radicaal andere koers uit te stippelen immers relatief beperkt.

### Propaganda

Dat Hickel met *Less is more* geen ondoordringbaar academisch werkstuk afleverde, maar een vlot leesbaar boek dat gemakkelijk over de toonbank gaat, is vanuit gramsciaans oogpunt een erg goede zaak. Vele niet-gespecialiseerde lezers kunnen zo overtuigd worden van het absoluut destructieve karakter van de dominante economische denkbeelden en praktijken, zowel als van de voordelen van het alternatieve model.

Voor de grootscheepse beïnvloeding van de bredere publieke opinie bestaat een woord waar we bijna automatisch voor terugdeinzen: propaganda. Toch vormt zij een belangrijk onderdeel van een effectieve contra-hegemoniale strategie. Hoewel rationele argumenten als die van Hickel, gebaseerd op gedegen wetenschappelijk of journalistiek onderzoek, van groot belang zijn voor een vruchtbaar publiek debat, blijken ze als politieke communicatie vaak tekort te schieten. De politicologe Chantal Mouffe gaat er in *On the Political* (2005), voortbouwend op Gramsci, vanuit dat het politieke niet draait om het bereiken van een redelijke consensus maar om een hegemoniale



Zo'n moraliserende aanpak werkt doorgaans averechts: hij versterkt de tegenstander in plaats van hem te verzwakken, en leidt in het ergste geval tot ressentiment en geweld.

strijd tussen botsende alternatieven. Die visie helpt ons om te begrijpen waarom wetenschappelijke rapporten rond klimaat en milieu dikwijls een frustrerend beperkte impact sorteren op de publieke opinie en het gevoerde beleid.

Ook politieke propaganda die zich vooral in het morele register ophoudt, is tot mislukken gedoemd. Om het even in Mouffe-termen toe te lichten: wanneer je je politieke 'tegenstander' als moreel verwerpelijk wegzet — denk aan 'goede' democraten versus 'slechte' rechts-populisten, of aan de demonisering van de ecologisch onduurzame consument — dan maak je er een 'vijand' van. Dat wil zeggen dat je hem niet meer respecteert als een gelijkwaardige politieke opponent met wie je, ondanks jullie grondige meningsverschillen, wel in debat kan gaan. Zo'n moraliserende aanpak werkt doorgaans averechts: hij versterkt de tegenstander in plaats van hem te verzwakken, en leidt in het ergste geval tot ressentiment en geweld.

Zelf legt Mouffe de nadruk op het mobiliserende potentieel van emoties en hartstochten. In een representatieve democratie zouden politieke partijen en middenveldorganisaties naast doortimmerde programma's ook inspirerende collectieve identiteiten moeten creëren, waarmee burgers zich emotioneel kunnen identificeren.

Het roept de vraag op wat ontgroeidenkers zouden kunnen leren van de beruchte communicatiestrategie Edward Bernays (1891-1995). Diens ideeën over reclame en propaganda hebben de manieren waarop consumptieartikelen, maar

ook politici, ideologieën en programma's in de kijker worden gezet, fundamenteel veranderd. Geïnspireerd door de theorieën van zijn beroemde nonkel Sigmund Freud (1856-1939), ging Bernays ervan uit dat veel van de gedachten en gedragingen van mensen wortelen in verlangens waarvan ze zich genoodzaakt voelen die te onderdrukken. Het gros

van de keuzes die ze maken, als consument én als kiezer, is minder gebaseerd op rationele overwegingen dan op deze diepere emotionele drijfveren — die hoogst individueel zijn en die ze tegelijk ook delen met talloze anderen. In *Propaganda* (1928) vatte Bernays die visie bijzonder gebald samen: 'Human desires are the steam which make the social machine work.' Een reclameman verkoopt een auto niet door alle technische kwaliteiten van zijn motor gedetailleerd aan te prijzen; hij stelt het toestel voor als iets wat appelleert aan 'mannelijkheid', aan een verlangen naar 'vrijheid' of 'avontuur'.

### Gedeelde emoties

Als je doeltreffend propaganda wil maken voor een politiek van de leefbaarheid, welke emoties en identiteiten kan je daarvoor dan in stelling brengen? Het is duidelijk dat de dominante fictie van onbeperkte individuele keuzevrijheid moeilijk te rijmen valt met de idee van planetaire grenzen en ontgroeibeleid. De ogenschijnlijk weelderige diversiteit van het consumentenaanbod is een bijzonder krachtige magneet voor de verlangens van de massa, zelfs al gaan daar in werkelijkheid de destructieve monoculturen van Big Oil, Big Agriculture, Big Fashion en co. achter schuil.

Gelukkig zijn mensen nog altijd meer dan alleen maar consumenten. We zijn ook angstige wezens, die snakken naar veiligheid, stabiliteit, een goede gezondheid en een gevoel van thuis zijn. Nog steeds schuilt er een groot onaangeboord communicatiepotentieel in de confrontatie van het brede publiek met de ware schaal en toedracht

van de milieucatastrofe — het kwartje is nog niet écht gevallen. Wat als we ons de mogelijke impact op ons eigen dagdagelijkse leven, onze lokale leefomgeving, het eigen lijf en leden, en dat van onze naasten concreter kunnen voorstellen? Diegenen die apathisch zijn geworden van al het doemscrollen, zijn dat in de eerste plaats omdat de schokkende informatie maar niet leidt tot de radicale beleidsomslag waar we nood aan hebben.

We zijn daarom ook woedende wezens. Er is de politieke inertie, onze eigen onmacht, het wraakroepende gevoel van onrechtvaardigheid: hoe kan het zijn dat grote vervuilers grote winsten kunnen blijven maken, soms zelfs subsidies krijgen, terwijl onderaan de sociale ladder steeds meer mensen de eindjes moeilijker aan elkaar kunnen knopen? We willen het heft terug in eigen handen kunnen nemen, of tenminste het gevoel krijgen dat onze politieke vertegenwoordigers dat in onze plaats kunnen doen. Daarvoor hebben we ze toch de stadsbesturen, parlementen en regeringen in gestemd?

Naast negatieve emotionele drijfveren, vallen er ook heel wat positieve te onderscheiden. Hoe kunnen we op een zinvolle manier opnieuw richting geven aan de geschiedenis? De idee van herstel en regeneratie van beschadigde ecosystemen en gemeenschappen zou veel enthousiasme kunnen losweken, net als de bevrijding van technologische innovatie uit de beperkende logica van markt, winst en groei. De politiek van de leefbaarheid biedt ook uitzicht op verschillende vormen van menselijke emancipatie. Zo zouden we de domme waardehiërarchieën tussen praktische werkers en theoretisch opgeleiden eindelijk kunnen opheffen, en de praktijk van de zorg eindelijk ontdoen van haar eeuwenoude gegenderde karakter — zorg als iets zogenaamd ‘vrouwelijks’.

Werk kan volop een bron van zingeving, eigenwaarde en trots worden. Tegelijk verlangen we naar een betere balans tussen werk en vrije tijd, naar rust, de mogelijkheid om onszelf op veel verschillende vlakken te kunnen ontplooien, of gewoon plezier te hebben samen. We zijn immers ook sociale wezens; we houden ervan om tot een gemeenschap of tot verschillende gemeenschappen te behoren. Hoeveel lokale sociale banden

hebben supermarkten en shoppingcentra niet doorgeknipt? Leve onze kmo's en weg met de ketens en de anonieme multinationals; we willen opnieuw praatjes kunnen slaan met de bakker om de hoek, met de groenten- en fruitboer, de houtbewerker, de kleermaker, de fietshersteller,... We willen kunnen onderhandelen over de prijs, weten waar de producten die we kopen vandaan komen, enzovoort.

Dit brede gamma van emoties wortelt in een duurzamere opvatting van ‘het goede leven’ dan het consumentenbestaan en productivisme die onze collectieve verbeelding vandaag domineren. Hoe kunnen we deze emoties vertalen naar effectieve propagandamaterialen? Welke publieken spreken we ermee aan, via welke kanalen en op welke manier? Wat zijn de partijpolitieke spelers en middenveldorganisaties die we dienen te overtuigen om mee te bouwen aan de nieuwe *common sense*?

Alwiezijn heeft om verder over deze vragen na te denken, is welkom bij de Degrowth Propaganda Squad. Mailen kan naar [rydrawong@protonmail.com](mailto:rydrawong@protonmail.com).

**SÉBASTIEN HENDRICKX** is lid van Extinction Rebellion en initiatiefnemer van Het Burgerparlement. Hij is werkzaam in de podiumkunstsector als docent, kunstcriticus en theatermaker.

## Noten

1. Noot van de redactie: het boek is in het Nederlands vertaald door uitgeverij EPO in samenwerking met Denktank Oikos. Meer info op [www.oikos.be/bookshop](http://www.oikos.be/bookshop).