
WHO'S AFRAID OF HUMOR IN POLITICS?



HET CORRESPONDENTS DINNER IN DE POLITIEKE COMMUNICATIE

– Huub Wijfjes –

Het *correspondents dinner* veroorzaakte afgelopen jaar voor flink wat ophef in de Nederlandse politiek. Humor, zo bleek, is in de politiek nog steeds verdacht. Houdt het idee dat politiek vanwege het publieke belang vooral, serieus, inhoudelijk en onpersoonlijk blijven nog stand? Huub Wijfjes gaat in deze bijdrage in op de betekenis van humor in de politiek.

Het veroorzaakte afgelopen jaar een klein schokgolfje in de Nederlandse politiek: het *correspondents dinner* waarbij premier Mark Rutte op 10 februari de verzamelde pers en de Amsterdamse goeemeente toesprak in de Beurs van Berlage. Op een onverhoeds moment tijdens het tv-programma *College Tour* in december 2011 had Rutte dat aan presentator Twan Huys toegezegd. Huys en de NTR maakten er vervolgens werk van, waarna het nog vier jaar zou duren voor Rutte geflankeerd door zijn 'tafeldame' Halina Reijn de Beurs betrad om in de voetsporen van de Amerikaanse presidenten een komische toespraak te houden.

Geheel volgens Amerikaanse traditie moesten vriend en vijand daarin niet gespaard worden en dat deed Rutte dan ook niet. Of het nu een partijgenoot als Ard van der Steur was, coalitiegenoten zoals Frans Timmermans of Lodewijk Asscher of oppositiefiguren zoals Sybrand van Haersma Buma of Jesse Klaver, Rutte had over ieder wel een oneliner paraat. Het door de NTR georganiseerde en live uitgezonden diner was een kijkcijferhit; meer dan 2,7 miljoen mensen keken ernaar. Voor kijkcijferbegrippen is dat weergaloos hoog.

De reacties op Rutte's gevoel voor humor waren gematigd positief. In de peilingen van Maurice de Hond steeg de VVD in de week na het diner van 18 naar 20 zetels. De Hond had ook uitgezocht dat de VVD-kiezers die hadden gekeken het programma met een 8,3 waardeerden. De PvdA-kiezer beloonde Rutte met een 7,5, maar die cijfers kelderden bij de kiezers van de oppositiepartijen: de SP- en PVV-kiezers gaven Rutte een 4,9. Het bevestigde dat humor vooral wordt gewaardeerd door geestverwanten.

Maar er was ook kritiek van verschillende kanten. Het toonaangevende dagblad *NRC Handelsblad* had tevoren al geweigerd deel te nemen aan het glamour-evenement omdat het diner de suggestie wekte dat pers en politiek dikke vrienden waren. Het di-

ner was ook niet, zoals in de Verenigde Staten, door een parlementaire persvereniging georganiseerd, maar door een publieke omroep die zich blijkbaar even geen zorgen had gemaakt over representatieve aandacht voor alle politieke partijen. Verschillende aangevallen hoofdpersonen toonden zich echter onaangenaam verrast over het feit dat de premier zo gemakkelijk een podium had gekregen om partijpolitiek te bedrijven.¹

Blijkbaar is het nog steeds zo dat humor in de politiek een beetje verdacht is, zeker als die humor voorkomt in een forum buiten de Staten-Generaal. Waar komt die angst vandaan? En wat is eigenlijk de betekenis (geweest) van humor in de politiek? Hoe past de discussie over de satirische benadering van politiek daarin, vooral in relatie tot nieuws op televisie?

Politiek en media

Over de toenemende vervlechting van politiek en media is heel veel geschreven. Opvallend is dat de toon in veel van die beschouwingen doorgaans negatief is. In de meest sombere – die volgens mijn eerder onderzoek² veel te vinden zijn in de reflecties van parlementaire journalisten – is de politiek zo ongeveer overgenomen door de media met hun voorkeuren voor schandaaltjes, uitglijzers, conflicten en uiterlijk vertoon. Termen zoals popularisering, personalisering, sensationisering, trivialisering en overwoekering van medialogica worden dan gebruikt om aan te geven dat de politiek aan inhoudelijke overwegingen eigenlijk niet meer toekomt. Het daardoor geschapen beeld van de politiek bij het electoraat is funest, waardoor het vertrouwen in de politiek als geheel sterk aan het afnemen is. Daarbij wordt dan in een adem doorverwezen naar de gevolgen: de opkomst van populistische partijen met een ondemocratisch gedachtegoed, het schrikbarende verval in politieke omgangsvormen (zowel in als buiten de Tweede Kamer) en de populariteit

van volksmenners in de online omgeving die het eenvoudige beeld koesteren dat Den Haag alleen maar bestaat uit baantjesjagende zakkenvullers met maling aan het volk.

Die trends kan iedereen natuurlijk herkennen, maar het is de vraag of dat alleen een oorzaak heeft in mediagedragingen. Sombere mediabeschouwingen zijn van alle tijden en ademen meer een cultuurpessimistisch en romantisch terugverlangen naar een ooit zuivere en hoogstaande tijd in het verleden, dan dat men probeerde feitelijk vast te stellen hoe de werkelijkheid in elkaar zat. Zo suggereerde Neil Postman in 1985 in zijn *Amusing ourselves to death* dat de mediawerkelijkheid weinig meer bevatte dan doods en volslagen triviaal amusement waaraan niemand kon ontsnappen.³ Vooral de televisie was daaraan de schuldige. Enkele jaren later beweerde de Franse socioloog Pierre Bourdieu dat de vormdwang binnen de televisiewereld en de nieuwsopvatting van journalisten meer bepalend waren geworden voor de openbare informatie- en nieuwsvoorziening dan een politieke opvatting.⁴ Terwijl die laatste de relatie van electoraat en de politieke cultuur zouden moeten dragen.

Wetenschappelijk onderzoek heeft dergelijke beweringen of grotendeels ontkracht of van een andere interpretatie voorzien. In 1998 formuleerde politiek communicatiewetenschapper Kees Brants een kernvraag: 'Who is afraid of infotainment?'⁵ In een tijd waarin mensen op grote schaal steeds meer media consumeren en zich ook met de politiek willen bemoeien, is het toch niet meer dan normaal dat de politiek zich intensiever bezig zou houden met de overdracht van hun veelal ondoorgroondelijke debatten naar vormen die het grote publiek beter zou kunnen begrijpen. Veel politici waren daar overigens al jaren mee bezig door op te treden in populaire mediavormen, zoals praatprogramma's maar af en toe ook quizzen en shows. Zichtbaarheid van politiek, ook in populaire vormen, werd wel degelijk als een noodzakelijkheid gezien

In de culturele wetenschappen werd dat denken zelfs van een analytische ideologie voorzien. Het belang van populaire, apolitieke media werd van net zo groot – wellicht zelfs groter – belang verklaard als de 'elite-media'. Volgens Liesbet van Zoonen waren publiekstijdschriften, pulptelevisie en populaire muziek- en artiestencultuur voor veel mensen doorslaggevend bij het bepalen van hun politieke voorkeuren dan welk debat in het parlement dan ook.⁶ Politiek zou zich dus moeten aanpassen wilde men gehoord blijven worden. En dat betekent: de dialoog aangaan met werelden van entertainment waar politiek op een andere manier wordt gearticuleerd

door artiesten, designers, filmmakers, etc. En dus ook met humoristen en in televisievormen waarin de vermenging van informatie en amusement dagelijks gestalte krijgt.

Humor in de politiek

In die discussie moeten we niet doen alsof de politiek altijd een zwaar serieuze bezigheid is geweest, die onder invloed van media zoals televisie steeds lichter en vrolijker is geworden. In de moderne (democratische) politiek is humor altijd een retorische strategie geweest, met name in tijden van grote spanning. Humor kan verschillende nuttige functies hebben.⁷ Het breken van de spanning door (zelf) relativering is daar een van; humor bestrijdt als het ware de stress die door crises kan ontstaan. Daaraan gekoppeld is de mogelijkheid om door middel van humor de aandacht af te leiden van onaangename kwesties. Psychologisch onderzoek heeft tevens uitgewezen dat mensen aan iemand die humor bezigt, vriendelijkheid en geloofwaardigheid kunnen toekennen. Maar het kan aan de andere kant er ook toe leiden dat in humor verpakte argumenten niet erg serieus genomen kunnen worden; als 'het is maar een grapje natuurlijk'.

Maar dat hoeft zeker niet in alle gevallen de overheersende reactie te zijn. Misschien de belangrijkste functie die aan humor is toegekend, is namelijk dat het een middel kan zijn om een zwaar of omstreden onderwerp aan te kaarten zonder daar direct of expliciet over te hoeven spreken en ook zonder directe consequenties te hebben. In taalkundige termen wordt zo'n stijlfiguur ook wel een enthymem genoemd, een bewering met een verzwegen premisse, een aanname met een claim op de waarheid.⁸ In zijn schriftuur over retoriek beweerde Aristoteles al dat zo'n indirecte en verdekte manier om in een omstreden kwestie te overtuigen (bijvoorbeeld door humor), moeilijke en betwiste problemen dichter bij een oplossing kunnen komen. Ze lokken meer positieve reacties uit en doen eigenlijk een beroep op het publiek om begrip met de spreker te tonen want die suggereert dat men eigenlijk eensgezind is over de boodschap.

President Abraham Lincoln stond in zijn tijd bekend om zijn gebruik van humoristische enthymemata. Lincoln werd in zijn politieke carrière vaak belaagd en geplaagd om zijn eenvoudige komaf. Tijdens zijn presidentschap leidde dat zelfs tot vragen over zijn competentie om opperbevelhebber van het leger te zijn en het grote vraagstuk van de slavernij op te lossen. Toen hij wederom een keer smalend werd neergezet als een 'common-looking fellow' sprak hij

de legendarische woorden: ‘God must love the common people, for he made so many of them.’⁹ Daarmee verpakte hij de eigenlijke boodschap (iedereen kan competent zijn; met gewoonheid is niets mis; juist door mijn gewoonheid kan ik goed handelen; de man die net een onderscheid maakte tussen gewoon en competent is ook een gewone man) in een krachtige oneliner, die voor de goede verstaander onmiddellijk de kern van de zaak raakte. Zijn talent om dingen simpel en relativerend te zeggen gaf Lincoln keer op keer krediet in moeilijke debatten.

Misschien wel de grootste meester van humor als strategie om debatten te winnen was Winston Churchill. Juist in de moeilijkste periode van Engeland's bestaan – voorafgaand aan en in de Tweede Wereldoorlog – toonde dat talent zijn waarde. Als een van de weinige politici opponeerde Churchill tegen de ‘appeasement’-politiek van premier Chamberlain. Nadat de premier gloedvol had betoogd dat zijn vredespolitiek Hitler gunstig had gestemd, verklaarde Churchill: ‘Een vredesapostel als Chamberlain is iemand die de krokodillen voert en hoopt dat hij de laatste is die door hen opgegeten zal worden.’ Zelfs de groeiende kritiek op zijn overduidelijk overmatige drankgebruik kon Churchill met humor pareren. Toen het parlamentslid Bessie Braddock hem tijdens een debat verweet: ‘Winston, you're drunk, and what's more: you are disgustingly drunk’, verlegde Churchill de aandacht van dit reëel bestaande probleem met humor: ‘Bessie, my dear, you are ugly, and what's more, you are disgustingly ugly. But tomorrow I shall be sober and you will still be disgustingly ugly.’ Een knap staaltje afleiding want hij suggereerde dat er helemaal geen drankprobleem bestond, terwijl dat overduidelijk wel het geval was.

***Correspondents dinner* en de humoristische politiek**

Nu is er een verschil tussen dergelijke min of meer spontane humor in de politiek van alledag en de humor die wordt verwacht op een daarvoor bestemd tijdstip of plaats. Het *correspondents dinner* is een typisch voorbeeld van een geregisseerde humorplek. Dat is het niet altijd geweest overigens, want het begon als een informele bijeenkomst van de politieke pers die zich voor serieuze zaken in 1914 had verenigd in de White House Correspondents' Association. Het eerste openbare diner van deze club vond in 1920 plaats en pas vier jaar later kwam de eerste president (Calvin Coolidge) een hapje mee-eten. Iets zeggen deed de president echter niet; bij het diner werden wel jaarlijks steeds meer vermakende onderdelen gevoegd. Zo werd het de gewoonte dat

tussen de verschillende gerechten de mannen (pas in 1962 werd de eerste vrouw toegelaten) samen gelegenhedenversjes zongen. In de jaren dertig kwamen er ook bekende artiesten optreden of werden er humoristische films vertoond.

Door de ontspannen, informele sfeer voerde humor wel de boventoon, ook in de gesprekken van de presidenten met de verslaggevers. Die twee partijen staan in de praktische politiek van alledag in grote spanning tegenover elkaar; de pers wordt in het publieke belang geacht de uitvoerende macht scherp in de gaten te houden en te belagen met kritische vragen. Onafhankelijkheid is daarbij wezenlijk, hetgeen betekent dat al te vriendschappelijk banden ongewenst kunnen zijn. Niet altijd, want vriendschappelijke contacten kunnen de onderlinge informatie-uitwisseling soepeler laten lopen. Het grote vraagstuk in de politieke pers is niet om informaliteit te vermijden, maar om een juiste balans met formaliteit te vinden, vooral op plekken waar informaliteit de norm is, zoals cafés, restaurants en sociëteiten.

Het *correspondents dinner* bleek zo'n plek om de spanning te kunnen breken en ook wat informaliteit en amicaliteit in de verhouding van pers en presidentschap te laten komen. Dat de president geacht werd om een echte tafelrede te houden, was echter niet vanzelfsprekend. Tot in de jaren tachtig was het zelfs niet de gewoonte dat de president er elk jaar bij was. Maar als hij er was, dan kon humor in het onderling gesprek een grote rol spelen. Mits de president een gevoel voor humor had, zoals Franklin Roosevelt of Harry Truman.

De eerste die op het idee kwam om een humoristische tafelrede te houden om politiek voordeel te behalen was John F. Kennedy. Deze man stond niet voor niets ook bekend als de president die voor het eerst op grote schaal ‘sophisticated news management techniques’ toepaste om steun voor zijn beleid te winnen.¹⁰ Dat zagen de presidenten na hem ook goed in, maar er was ook altijd die andere kant bij het diner. Een president moet vriendelijk zijn bij een bijeenkomst van figuren die het vuur soms na aan de schenen van de president legden en die elke zin van de president kunnen opblazen tot een ernstig conflict. Toen Richard Nixon in de jaren zeventig door de journalistiek met het ‘Watergate’-schandaal werd geconfronteerd en uiteindelijk zelfs tot aftreden werd gedwongen, stuurde de president zijn vicepresident naar het diner. Gerald Ford kwam vervolgens met nogal wrange en sarcastische grappen om ‘Watergate’ te bagatelliseren, maar dat waren geen geslaagde pogingen, omdat de humorvorm sarcasme vol zit met verwijten waaraan het publiek zich door-

gaans persoonlijk stoort.¹¹

Een nieuw ontspanning trad in met Ronald Reagan, de oud-acteur die uitstekend wist hoe je een komische ‘oneliner’ als een echte ‘punchline’ kon uitspreken als je er zelfrelativering in stopte. Beïnvloed door het voortdurende vragen naar zijn hoge leeftijd en mogelijk slechte gezondheid zei hij bij het *dinner* in 1987: ‘als ik tegenwoordig naar de arts ga voor een *physical check-up*, vragen ze niet eens meer naar mijn leeftijd; ze bepalen gelijk mijn koolstof-14 gehalte’. Een jaar eerder had hij zijn anti-Sovjet-politiek versterkt door bij het *dinner* een fraaie entymeeem te formuleren: ‘vanavond is er in Moskou ook een Kremlin Correspondents Dinner. Daar komen journalisten van de Sovjetmedia bijeen om te lachen om de grappen van meneer Gorbatsjov. Want anders zwaait er wat...’

In deze periode groeide het *correspondents dinner* uit tot een echt ‘media-event’, dat live op tv wordt uitgezonden en waar honderden bekende Amerikanen hun gezicht tonen en aanzienlijke bedragen neerleggen om een goed doel te steunen: jonge journalisten kunnen met de opbrengst een ‘scholarship’ van 5000 dollar krijgen. Het weekblad *Time* berekende in 2015 echter dat slechts een klein deel van de fundraising naar de ‘scholarships’ gaat. Toegangsbiljetten kostten 300 dollar voor de gemiddelde plaats aan een van de 260 tafels. Dat bracht in dat jaar 450.000 dollar op, waarvan slechts 77.500 werd besteed aan het mogelijk maken van de ‘scholarship’; dus voor slechts achttien journalisten. De rest ging op aan de glitter en glamour die het evenement in de aandacht moesten brengen. ‘Is it just another fancy dinner for the Washington elite, with college students getting the crumbs?’, vroegen *Time* en ook vele journalisten zich terecht af.

Het is een belangrijke vraag. Maar het is ook duidelijk dat het evenement veel aandacht op de journalistiek vestigt, zeggen de verdedigers. En op de president die zich in zijn meest informele rol toont en die zich ook eigenlijk niet kan veroorloven weg te blijven. Want niet alleen wordt de televisie-uitzending goed bekeken, de miljoenen linkjes die via sociale media worden gedeeld leveren een enorm aantal kijkers op. Kijkers die, als het goed gaat, de president veel positieve aandacht geeft. Vooral Clinton en Obama hebben daar van geprofiteerd, want niet alleen hadden ze de beschikking over een uitstekend productieteam en tekstschrijvers, ze hadden ook een persoonlijk talent om de humor als een professionele ‘stand-up comedian’ uit te spreken.

Authentieke ironische persoonlijkheden

Een humoristisch talent of het vermogen tot zelf-ironie is niet iedere regeringsleider gegeven (dat is vooral in de Nederlandse politieke praktijk soms pijnlijk te zien geweest) en je kan je afvragen of humor tot de onmisbare kwaliteiten van een president of premier gerekend moet worden. Even los van de normatieve kant van deze vraag, kan men wel stellen dat van een moderne regeringsleider meer dan ooit communicatieve vaardigheden worden gevraagd. Zonder een uitgekende en professioneel uitgevoerde mediastrategie komt geen enkele politicus meer aan de bak. Net zozeer als een politicus het moeilijk krijgt als hij/zij zich probeert te onttrekken aan de tendensen naar personalisering en privatisering, die vanuit culturele ontwikkelingen voortkomen (en niet alleen vanuit media, zoals wel wordt gedacht).¹²

Bij dat geheel is (zelf)relativerende humor een wezenlijk factor geworden. In de Verenigde Staten is die trend het meest duidelijk te zien. In de nieuwsindustrie, vooral die rond televisie en nieuwe media, is een vermenging van serieuze humor een karakteristiek geworden. Het duidelijkst is dat te zien in de talkshow. Vele Amerikanen ontleen hun informatie over de politiek en de actualiteit aan satirische talkshows zoals die van Jon Stewart en Stephen Colbert of aan talkshows waarin de presentator via humor het publiek kan binden.¹³ Jimmy Fallon, Conan O’Brien, Ellen DeGeneres, Graham Norton en anderen verbinden de politiek met het alledaagse gesprek. Dat doen ook de volledig op satire gerichte shows zoals *Saturday Night Live*, een programma dat via internet een compleet nieuw leven in de sociale media krijgt.

In die online wereld poppen tevens veel *digital born satires* op, die gebruik maken van dezelfde onverwoestbaar populaire combinatie van keiharde satire, persiflage en een klein beetje serieuze achtergrond. Een fraai voorbeeld is de YouTube-serie van Zach Galifianakis die in *Between Two Ferns* politici en artiesten ‘interviewt’. Het is een format dat eruit ziet als een spontaan tv-interview, maar aan twee kanten (de interviewer en geïnterviewde) volledig gescript is. De gesprekken (waarin ook politici zoals Obama en Hillary Clinton de hoofdpersoon waren) hebben ook niet de bedoeling – zoals bij gewone interviews de conventie is – om informatie over iemands denkbeelden te laten zien; de vervreemdende humor is het hoofddoel en de geïnterviewde moet volledig meespelen om dat effect te bereiken.

Alle satirische televisieshows en clips zijn doorgaans sterk politiek gekleurd, keihard in de ironie over het persoonlijke, relaterend over het politieke

bedrijf als geheel en gericht op het creëren van *events* waarop in korte tijd fel gereageerd kan worden; ‘events’ die ‘viral stories’ scheppen dus. Blijkbaar zijn dat onmisbare kwaliteiten in het binden van jonge mediaconsumenten.¹⁴ Dat zie je bijvoorbeeld ook aan media-events zoals ‘the roast’ (in vele varianten), een ‘programma’ waarin het humoristisch doorzagen van bekende mensen door weer andere bekende mensen tot een ware kunst is verheven.

Dat is misschien vervelend voor het slachtoffer van al dat satirische mediageweld. Maar het is de realiteit. Amerikaanse onderzoeken van bijvoorbeeld Baym, Coletta en Baumgartner en Morris hebben uitgewezen dat wat in humoristische talkshows naar voren wordt gebracht doorslaggevend is voor de manier waarop naar politiek wordt gekeken.¹⁵ Dat is overigens bepaald niet altijd in het nadeel van de satirisch gefileerde politicus. Onderzoek onder jongeren wees uit dat jongeren die veel van hun informatie haalden uit *The Colbert Report* meer affiniteit kregen met de Republikeinse politiek en politici, ondanks het feit (of juist in dit geval is: dankzij het feit) dat Stephen Colbert vrijwel alle Republikeinse politici ongenadig scherp ironisch bekritiseerde. Bedenk in dit verband ook dat er geen man is geweest die het het afgelopen jaar satirisch zo zwaar voor de kiezen heeft gehad als Donald Trump. De karikatuur van een belachelijke showmiljardair met zeer omstreden en zelfs bizarre uitspraken heeft zijn electorale aantrekkelijkheid blijkbaar toch niet nadelig aangetast. Het succes van de hedendaagse publieke figuur is volgens onderzoek van Amber Day dan ook bepaald door de paradox ‘ironic authenticity’.¹⁶ Publieke waarden (welke dat ook zijn) worden gedragen door authentieke en herkenbare persoonlijkheden die ironie met zich meedragen. Juist in een tijd dat alles tot ons komt via media (die altijd een kunstmatige realiteit vormen) is authenticiteit van het grootste belang. Maar die authenticiteit moet kunnen worden gerelativeerd en bespot: met alleen serieuze kanten komt een politicus er niet meer.

Amerikanisering van Nederland

Het is overduidelijk dat de Amerikaanse invloed op de Nederlandse cultuur aan het toenemen is. Dat proces is overigens al oud en het wordt in politiek opzicht doorgaans gekarakteriseerd met termen zoals personalisering, individualisering en trivialisering. Onderzoek van onder andere Van Santen heeft aangetoond dat dergelijke begrippen een zeer specifieke vertaling in de Nederlandse context van media en politiek hebben gekregen.¹⁷ Dat geldt bijvoorbeeld voor de satirische benadering van politici

op televisie. Het is bepaald onjuist te veronderstellen dat zoiets uit Amerika komt overwaaien. Nederland kent een lange traditie van satire op televisie die begint met programma’s zoals *Zo is t toevallig ook nog eens een keer* en *Hadimassa* in de jaren zestig. De persiflages van *Koot & Bie* staan nog op menig netvlies gebrand en er zijn vele navolgers in allerlei vorm, zoals het huidige *Koefnoen*, *Draadstaal* en *Zondag met Lubach*. In het cabaret heeft Nederland zelfs een geheel eigen vorm ontwikkeld die veel verder gaat dan de in de vorm nogal standaard presenterende ‘stand-up comedians’ in Amerika aandurven.

In dat licht is het de vraag waarom het zolang heeft geduurd voordat er zoiets als het *correspondents dinner* in Nederland was te zien. Dat heeft dus niets te maken met de overgevoeligheid van politici voor satire, want hier hebben ze meer te verduren dan in Amerika. Het zal eerder een gevolg zijn van het idee dat politiek vooral serieus, inhoudelijk en onpersoonlijk moet blijven in het publieke belang. In de vele reflecties die politici en journalisten in de recente tijd over het politieke bedrijf hebben geschreven, komt die opvatting meestal naar voren in combinatie met klachten over met name de visuele media.¹⁸ Het komt erop neer dat de zuivere politieke inhoud door spel, humor, satire, ironie of door zeer persoonlijke ontboezemingen kan worden aangetast, waardoor mensen minder vertrouwen in de politiek krijgen.

Dergelijke gedachten zijn enigszins begrijpelijk, maar ze gaan voorbij aan de moderne media-maatschappij waarin authentieke persoonlijkheden en (zelf)ironische vormen voor wat betreft inhoud juist moeten samenvloeien om de zeer complexe politieke werkelijkheden begrijpelijk te houden. Het is waarschijnlijk ook daarom dat Rutte uiteindelijk aan het *correspondents dinner* mee heeft gewerkt, net zoals hij later dit jaar meewerkte aan VPRO’s *Zomergasten*, terwijl hij eigenlijk liever praat over politiek dan zichzelf.

Prof.dr. H.B.M. (Huub) Wijffes is hoogleraar Media-geschiedenis en Journalistiek aan de Rijksuniversiteit Groningen en de Universiteit van Amsterdam.

Eindnoten

- 1) Voor de Amerikaanse versie van deze kritiek, lees: Alex S. Jones, ‘In Washington boys will be jerks’, *Columbia Journalism Review*, vol. 37(2), 1998, p. 57; Rem Rieder, ‘This Dinner is not a Winner’, *American Journalism Review*, vol. 20(10), 1999, p. 6. (de Amerikaanse versie van deze kritiek: Jones 1998 en Rieder 1999).
- 2) Huub Wijffes, ‘Koningin der aarde in het parlement. Twee eeuwen journalistiek rond de Tweede Kamer’, in: Remieg

- Aerts e.a., red. *In dit Huis. Twee eeuwen Tweede Kamer*, Amsterdam, 2015, pp. 223-250.
- 3) Neil Postman, *Amusing Ourselves to Death. Public Discourse in the Age of Show Business*, Harmondsworth, 1985.
 - 4) Pierre Bourdieu, *Over Televisie*, Amsterdam, 1998.
 - 5) Kees Brants. 'Who's afraid of infotainment?' *European Journal of Communication*, vol. 13(3), 1998, pp. 315-335.
 - 6) Liesbet van Zoonen, *Entertaining the citizen. When politics and popular culture converge*, Lanham, 2005.
 - 7) Zie hiervoor uitvoerig: Simon Critchley, *Humor*, Londen, 2003; Jody C. Baumgartner en Jonathan S. Morris, *Laughing matters: Humor and American politics in the media age*. New York, 2008; Scott Weems, *Ha!: The Science of When We Laugh and Why*, New York, 2014.
 - 8) Don Waisanen, 'Comedian-in-Chief: presidential jokes as enthymematic crisis rhetoric', *Presidential Studies Quarterly*, vol. 45(2), juni 2015, pp. 335-359.
 - 9) Marvin Alisky, 'White House Wit: Presidential Humor to Sustain Politics. From Lincoln to Reagan', *Presidential Studies Quarterly*, vol. 20(2), 1990, pp. 373-381.
 - 10) Joseph P. Berry, *John F. Kennedy and the Media: The First Television President*, Lanham, 1987.
 - 11) Don Waisanen, 'Comedian-in-Chief: presidential jokes as enthymematic crisis rhetoric'.
 - 12) Rosa van Santen, *Popularization and Personalisation. A historical and Cultural Analysis of 50 years of Dutch Political Television Journalism*, Amsterdam, 2012.
 - 13) Lisa Coletta, 'Political Satire and Postmodern in the Age of Stephen Colbert and Jon Stewart', *Journal of Popular Culture*, vol. 42(5), oktober 2009, pp. 856-874; G. Baym, *From Cronkite to Colbert: the Evolution of Broadcast News*, Boulder, CO, 2010.
 - 14) Lisa Coletta, 'Political Satire and Postmodern in the Age of Stephen Colbert and Jon Stewart'.
 - 15) G. Baym, *From Cronkite to Colbert*; Lisa Coletta, 'Political Satire and Postmodern in the Age of Stephen Colbert and Jon Stewart'; Jody C. Baumgartner en Jonathan S. Morris, 'One Nation under Stephen? The Effects of the Colbert Report on American Youth', *Journal of Broadcasting & Electronic Media* vol. 52(4), 2008, pp. 622-643.
 - 16) Amber Day, *Satire and dissent. Interventions in Contemporary Political Debate*, Bloomington, 2011.
 - 17) Rosa van Santen, *Popularization and Personalisation*.
 - 18) Huub Wijfjes, 'Koningin der aarde in het parlement.