

Rik Roelfzema, de docent psychologie waarover vele studenten niet raakten uitgepraat. Hij schreef een artikel over het individu en de onmogelijkheid hiervan, toegespitst op reclame. Ook het antwoord op de 'grote vraag oproepende zin' uit Notting Hill, wordt uitgelegd.



Gebruiksaanwijzing om dit te lezen: ik probeer te laten zien dat het individu vroeger niet bestond dan alleen als onderdeel van een geheel. Pas later wordt het individu meer en meer vrij, totaal vrij en doet gewoon lekker waar die zin in heeft.

Om nu eens te voelen hoe het vroeger was (want dat kennen jullie als student niet meer) kun je hierna verder lezen tot aan het eind van het artikel. Maar als je gewoon lekker individu van nu wil zijn, begin je bij het tussenkopje "Vanaf hier wordt het pas leuk. ".

Misschien zo leuk, dat je toch dat vreselijk saaie begin van dit artikel gaat lezen. Veel plezier met je keuze!

Heeeee Bierrrtje ???

Het idee.

Het individu als zodanig bestaat niet. Het is een mentaal concept, een denkbeeldige waarheid waarmee een aantal mensen hun gedrag en levenswandel rechtvaardigen. Grappig in deze is dat we ook spreken van "een individu worden" want blijkbaar zijn we dat niet van nature. De "persoonlijke" levensweg is een start van samenvallen met anderen om een onderscheiden van de ander te worden. En de hedonist en de behaviorist (om er maar eens twee te noemen) zullen zich afvragen wat we met deze wordingsgeschiedenis van de persoonlijke mens nu eigenlijk opschieten. Kortom: wat is het nut van het "individu" als dat zou bestaan?

Heel oude geschiedenis.

De latijnse taal spreekt van 'individuus', hetgeen 'ondeelbaar' betekent. Het Griekse equivalent is 'atomos'. En in de verdere verwerking van deze begrippen komt de onomstotelijke samenhang ter sprake met het geheel. De atomos of het individu kan alleen bestaan als deel van een geheel. Daarom betekent 'individu' in de logica ook gewoon 'dat wat geteld kan worden' of 'iets dat stuk voor stuk bekeken kan worden'. In de oude Griekse filosofie wordt (vooral door Aristoteles, 384-322 voor Christus) het individu gezien als een exemplaar van de soort. Het individu staat als het ware 'in de schaduw van de soort'. Pas bij de Christelijke middeleeuwse denkers (Thomas van Aquino bijvoorbeeld) wordt het individu verheven boven de soort. Er komen individuen in soorten en maten. De één is verhevener dan de ander. Een dier is ook een individu maar minder hoog in aanzien dan het individu van een mens. De mens is namelijk een doel in zichzelf (een dier kan dat niet van zichzelf zeggen want het dier is bijvoorbeeld een offerdier en dus niet samenvallend met zichzelf maar ten dienste van iets anders, namelijk het offer).

Oude geschiedenis.

En om dit artikel niet nog stoffiger te maken ga ik wat snel door de geschiedenis heen: onze wordingsgeschiedenis is er een waarin het individu meer en meer aan belangrijkheid toeneemt. Via het kwantitatief individualisme van de Renaissance (= iedereen is gelijk dus iedereen heeft recht op toegang tot collectieve verworvenheden; afkomst of afstamming hebben geen invloed meer op de rechten die je als mens bezit) naar het kwalitatief individualisme van de Romantiek (= mensen zijn niet gelijk maar juist uniek; de mens is met zijn persoonlijke gevoelens een bijzonderheid, een absolute 'eenling'.) naar het tweestromenland van de moderne tijd.



De ene stroming zou je de pessimistische kunnen noemen, de andere stroming is beduidend positiever over de verre gaande individualisering.

De zwartkijkers.

Een aantal sociologen, waaronder De Tocqueville, Max Weber en de latere Durkheim, behoren o.a. tot de eerste stroming: hoe kan de mens met zijn grenzeloze behoefte om weg te breken uit bestaande traditionele sociale verbanden niet uiteindelijk belanden in een geestelijk land dat lijkt op een woestijn waarin alleen de mateloze vrijheid in alles ons toegrijnst. Verliest de mens zich niet in de oeverloze vrijheid en vervalt daardoor tot a-sociaal en egoïstisch gedrag. En deze stroming gaat over in een nog pessimistischer wereldbeeld waarin het idee van individuele vrijheid tot een waanidee wordt gebombardeerd. Freud of later de Frankfurter Schule bestempelden onze wereld reeds als een systeem dat veel repressiever is dan menig individu zich realiseert. Voor Freud bestond onze cultuur vooral uit een sterke onderdrukking van onze biologische behoeften met alle neuroses die dat tot gevolg heeft. Voor een Frankfurter Schule is onze westerse cultuur een ingenieus onderdrukkingssysteem waarin gezegd wordt dat het individu voorop staat maar waarin door de economische structuren de behoeften van de individuele mens volstrekt gekanaliseerd dreigen te worden. En als je denkt dat dit ook

alweer stoffige geschiedenis is, dan is dat een foutieve gedachte want als je het werk van Naomi Klein (= No Logo, 2001), Noreena Hertz (= De stille overname, 2001) of Kalle Lasn (Cultuur Krakers, 1999) [Nederlandse vertalingen uit 2001 en 2002] leest weet je dat deze stroming aan belangrijkheid wint.

De witkijkers.

Niet iedereen pist azijn en ziet daarin de meest vreselijke ontwikkelingen. Carl Rogers en Maslow zijn de zonnekoningen. Zij roemen de zelfactualisering en de steeds groter wordende vrijheid van de mens. Omdat zij deze drang naar zelfactualisering in de menselijke geest als noodzakelijk situeren, komen de negatieve aspecten ook minder aanbod. Op communicatiegebied is Habermas een goede representant die een (bijna gelijkend op menig Verlichtingsideaal) vrije samenleving aan de horizon ziet gloren. Een set met communicatieregels is hiervoor noodzakelijk en de inzet van de mens zelf om te luisteren en heerschappijvrij te discussiëren is ook onmisbaar. De definitieve breuk ontstaat in de jaren tachtig. De filosofie van Jean-Francois Lyotard stelt dat elke aanspraak op een universele ontwikkelingsgang eindigend in het stellen van een waarheid een illusie is. Er bestaan diverse waarheden naast elkaar (waardoor er dus defacto geen waarheid meer bestaat) en we leven dus in een pick & mix cultuur waarin een begrip als zelfverwerkelijking een leeg begrip is. Deze concepten berusten op een impliciete ontwikkelingsgedachte van meer naar beter. Legitimatie van denkbepelden is niet meer mogelijk. Weg met wit- en zwartkijkers. En nu ontstaat er in deze leegte een interessante mogelijkheid. Als er geen individu meer kan bestaan met een vast te stellen identiteit (we leven in de 'supermarket of styles' en onze identiteit is er een van bricolage, zo stelt Ted Polhemus immers) dan verliezen we ook de innerlijke noodzaak om een individu met een identiteit te worden..



Mierenhoop als ontmoetingspunt.

De beeldspraak van de mierenhoop is misschien een mooie. Wij lopen (zo van boven af gezien) ogenschijnlijk willekeurig allerlei individuen tegen het lijf. Met de een communiceren we langer dan met de ander. Heel velen zien we überhaupt niet en de totale kolonie bestaat als gedachte niet eens in ons hoofd. We leven (bij wijze van spreken) van dag tot dag, stellen ons doelen en meten deze af aan de personen rond om ons. Alles wat nauwelijks in de tijdgeest past sterft af en aanpassing lijkt een zinvolle wet te zijn. Waar vroeger de ontmoetingsplaatsen voor ons vastgesteld waren (gezin, cultuur, land, kerk etc) ligt nu de gehele wereld voor ons open. In deze leegte zijn wij niets, pas dan alleen als de ander dat van ons zegt.

En hier ontstaat een prachtige paradox, uitgewerkt in de filosofie van Levinas. Hij stelt dat juist de ontmoeting met de andere mens (= de Ander) mij doet beseffen dat ik anders ben. In het zien van de Ander ontstaat een ethisch gebod, ik heb een morele verplichting te zorgen voor de Ander. Ik ben niet autonoom in al mijn handelen. En juist deze opheffing van het eigen ik door moreel verplicht te zijn aan de ander bevestigt mij als individu: mijn eigen verantwoordelijkheid (jegens de Ander) is immers niet inwisselbaar. Daarom ben ik in eerste instantie niet geïnteresseerd in de mierenhoop als totaliteit maar zie ik iedere mier als mijn Ander. Ook al ken ik ze niet allemaal en ontmoet ik ze misschien nooit, de mieren die aan mij voorbij lopen heffen mijn ultieme vrijheid op om mijn individualiteit te bevestigen in mijn verantwoordelijkheid jegens hen in onze ontmoeting. Het 'humanisme van het Ik' wordt zodoende het 'humanisme van de andere mens'.



Vanaf hier wordt het pas leuk.

En dat is wat er vandaag en morgen speelt in onze menselijke gebouwen: de innige wens om elkaar te ontmoeten. Daarom gaan we in eerste instantie naar ons werk, naar onze scholen etc. Want werken en leren kunnen we ook alleen, maar dan ontbreekt de spiritualiteit. Natuurlijk kunnen we niet iedereen ontmoeten en misschien brengt de omgeving ons wel louter toevallig bij elkaar. In het elkaar aankijken ontspruiten onze eerste woordjes "Goedemorgen, ik ben Rik Roelfzema en ik geef". Mooi hè: ik 'geef', ik 'krijg' niet als individu. Ik geef als individu mijzelf weg om te ontmoeten en pas door de reactie "He, bedank voor je leuke college, ik heb weer genoten", word ik als individu tussen al mijn collega's bevestigd.

En dat is wat we zien in de anti-globalisme beweging, dat is wat we horen als er geroepen wordt om kleinere scholen, om lokale politiek: ik wil je weer ontmoeten, ik wil weer in de schaduw staan van de soort (= vervang het woord 'soort' voor 'Ander'). En zo is de geschiedenis weer deels terug op waar ze vertrok.

En dat is wat ik bedoelde toen ik jullie in het college uitlegde dat ik onverwacht moest huilen om die 30 seconden in de niets zeggende, oerdomme romantische film "Nothing Hill" als de beroemde toneelspeelster tegen de volstrekt onbelangrijke boekenverkoper (die de rol van belangrijkheid heeft omgedraaid door juist haar af te wijzen!) zegt: "The fame thing isn't really real, you know. And don't forget, I am also just a girl, standing in front of a boy, asking him to love her." Hier gaat het om ware existentie.

Passende reclame.

Twee reclamespotjes kunnen als visuele metafoor dienen. De reclame voor Levi's en voor Heineken.

In de Heinekenreclame gaat het om twee werelden waarin het individu zichzelf beleeft. De hoofdpersoon is eerst geitenhoeder in Zwitserse

lederhose en met alpenpet. In de ontmoeting met twee dartele oudere dames wordt hij bevestigd als persoon ('Rudi'), in zijn werk als hoeder en tevens als erotisch wezen door de schalksheid waarmee de vrouwen wuiven en groeten. Let op de mimiek, de houding en de rust die onze Rudi uitstraalt. Wij zien een mens die zich schikt in zijn lot, die het persoonlijke geluk (en uiterlijk!) weet te waarderen. Er bestaat geen verlangen naar iets anders, binnen de gestelde condities van zijn Alpenwei en weersomstandigheid. Pas bij het zien van de eerste sneeuwvlok realiseert hij zich dat het aannemen van een andere individualiteit mogelijk is. Hij wordt de sexy skileraar die populair als ie wil zijn, iedereen een biertje aanbiedt of juist van iemand een biertje vraagt (prachtige onduidelijkheid in de 'do ut des'-relatie!). De dames in de 'skihut' bevestigen het imago dat hij graag wilde hebben. Met een nieuw uiterlijk en andere persoonlijkheid geniet hij van de mensen om zich heen die hem zijn bestaansrecht verlenen. En hij geeft wat er als wederdienst wordt teruggevraagd: de John Travolta of George Michael (Last Christmas I) van de skipiste. Straks smelt de sneeuw en zijn de gasten vertrokken. Hij bestaat niet meer als individu 'skileraar' en de dames van het dorp verlenen hem weer een heel gelukkige tijd als geitenhouder - tot de eerste sneeuwvlok valt. En zijn transformatie doet de dames van het dorp geen pijn want ze groeten hem alleraardigst en zij kunnen weer lang genoeg van hem genieten.

En zo gaat dat in ons echte leven ook: wij willen elkaar ontmoeten, nu weer eens als, dan weer in een andere hoedanigheid. En het is pas wijsheid als je gelukkig bent in alle delen van het jaar, zoals onze Rudi!

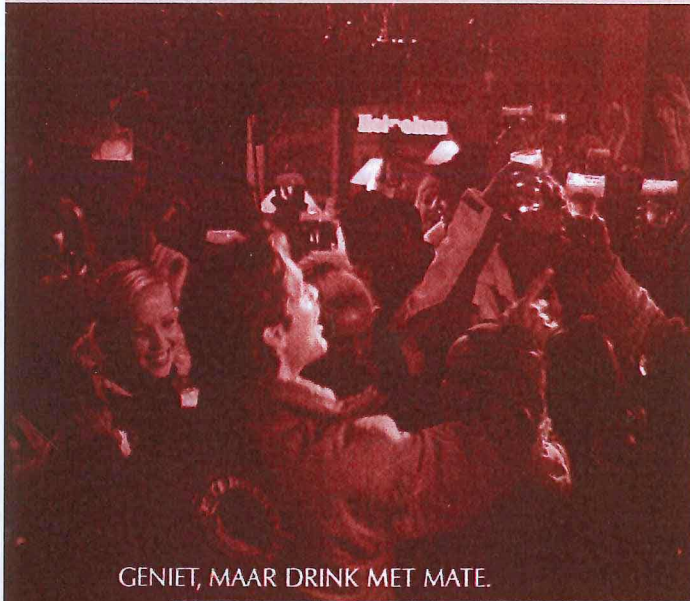
Niet passende reclame.

Het reclamespotje van Levi's vind ik ouderwets en niet getuigen van diepzinnig inzicht in de wensen van deze tijd. We zien twee mensen, man en vrouw, in onduidelijke concurrentie met elkaar. Dan op een onhoorbaar startschot rennen de beide personen als eenlingen door lege ruimten, door muren heen en langs hoge boomstammen richting de hemel, elkaar nauwelijks aankijkend of met de wens elkaar te ontmoeten. Zelfs als ze de spectaculaire tocht langs de stam van de boom hebben volbracht blijven ze in het donkere zwerf doorlopen, zonder elkaar een hand te geven of zelfs aan te kijken. Dit spotje hoort bij een oude opvatting over het individu-zijn. Het is slechts spectaculair door zijn media-unieke manipulatie (en dat zie ik telkens met bewondering aan!). Deze reclamespot zou vele malen sterker zijn wanneer het competitie-element zou worden verwijderd. Tevens zouden beide personen elkaar juist in het vrije hemelrijk moeten kunnen omarmen, als de moderne Priamus en Thisbe, of als de Shakespeariaanse Romeo en Julia.

In deze spot zien we afwezigheid van menselijke ontmoeting en daarmee verworden ze tot slechts 'freedom to move' in hun spijkerbroekjes. Geluk stralen ze niet uit en waar zij heen gaan mag God weten.

Ik wens jullie veel succes.

[Overigens: ik start met een groepje oud studenten om gewoon verder te gaan met onze gesprekken over reclame en psychologie. Zin om er bij te komen? Bel 010 - 2021267 of mail riroe@ichthus-hs.nl]



GENIET, MAAR DRINK MET MATE.

P

Heerlijk Helder ★ Heineken