7

DE DUBBELE DROOM VAN IK EN WIJ

Nostalgie als aanpassingsmechanisme aan de moderne tijd

De keerzijde van de individualisering

Van een enigszins harmonieuze geestesgesteldheid leek in de jaren negentig minder sprake dan in de voorgaande decennia, eerder van een ambivalente zo niet gespleten mentaliteit. Sommigen, zoals de schrijver Salmon Rushdie, zagen vooral toevalligheid en verbrokkeling als kenmerken van de identiteit van de moderne mens, die hij omschreef als 'een wankel gebouw dat wij optrekken uit brokstukken, dogma's, wonden uit onze jeugd, krantenartikelen, toevallige opmerkingen, oude films, kleine overwinningen, mensen die wij haten, mensen die wij liefhebben'.[1] Het is een typisch postmoderne zienswijze op de laattwintigste-eeuwse mens die geen grote verhalen of levensbeschouwelijke richtingaanwijzers meer nodig had, en zich ondanks zijn wankele identiteit wel staande wist te houden in de wereld van *anything goes.*

Deze gelaten opvatting over de binnenwereld van de moderne mens miskent de ambivalentie die sinds de jaren vijftig allengs zichtbaarder werd, die tussen de ontplooiing van het eigen individu en de blijvende behoefte aan een warm wij-gevoel dat de eenzaamheid van dat ik-gevoel moest voorkomen of opheffen. Deze strijd is het kenmerk van de naoorlogse periode. De drang zich te bevrijden uit de kluisters van de vooroorlogse verzuilde samenleving in de richting van individuele emancipatie van alle als knellend ervaren sociale banden geldt evenwel als dominant streven van de moderne tijd. De drang nieuwe gemeenschappen te vormen die de blijvende behoefte aan een wij-gevoel konden bevredigen is door deze zeer zichtbare behoefte aan emancipatie op basis van individuele autonomie ondergesneeuwd geraakt. In elk geval kreeg deze wij-behoefte veel minder aandacht in al-

le wetenschappelijke en populaire beschouwingen over 'de geïndividualiseerde' of zelfs 'gefragmentariseerde samenleving'. Wat de jaren negentig lieten zien was een dubbele climax: die van de groeiende ikgerichtheid maar niet minder van de drang om het verwaarloosde wijgevoel te rehabiliteren en nieuwe vorm te geven. Het resultaat waren op de spits gedreven gevoelens over het 'ik' en het 'wij'.

Hoe kosmopolitischer de mens werd, hoe groter de behoefte een lichamelijke of geestelijke thuisbasis te creëren om zich veilig en geborgen te weten. Dat geldt zelfs voor de internationale jetset die zich geheel lijkt te hebben losgezongen van een vaste plek op aarde met de bijbehorende verplichtingen. De slogan van de milieubeweging *Think global, act local* werd meer in de praktijk gebracht, maar het omgekeerde, *Act global, think local,* ook. Het was een mentale reactie op het almaar mondialer worden van de leefwereld van de mens door werk, toerisme en de media. Een groei van het mondiale bewustzijn kon dus zonder moeite samengaan met een mentale terugtocht uit de onaangename kanten van de wereld.

De politieke betrokkenheid met de Derde Wereld, waarin Nederland decennia had uitgeblonken, nam vanaf eind jaren tachtig zienderogen af. Het was een logische reactie op twee ontwikkelingen. Enerzijds trad er door de overdosis aan tv-beelden van leed in verre oorden een *compassion fatigue* op, een medelijden-moeheid, veroorzaakt door het onvermogen al dit leed te verhelpen. Anderzijds leidde de komst van de Derde Wereld in eigen huis, de multiculturele samenleving, ertoe dat het eigen land wel als bonter en cultureel rijker werd ervaren, maar ook als vreemder en onpersoonlijker dan in de periode van de etnisch-homogene cultuur tot in de jaren zeventig het geval was geweest. Ook deze ontwikkeling versterkte de hang naar kleine gemeenschappen met bekende mensen, niet alleen letterlijk, door actief te worden op buurtniveau, maar ook met imaginaire geestverwanten. Hiertoe richtten de media zich steeds meer op kleinere doelgroepen dan 'het algemene publiek'. Zo werd het steeds meer mogelijk slechts bepaalde delen van de getoonde werkelijkheid of fictie tot zich te nemen. De betrokkenheid bij 'de wereld' uitte zich nog slechts af en toe in een tv-inzamelingsactie voor hulpbehoevende mensen ver weg. Het accent verschoof verder naar het leefbaar houden van de wereld, niet in de laatste plaats voor zichzelf, door steun aan organisaties als Greenpeace en Milieudefensie.

Technische communicatiemiddelen, zoals telefoon en sms, radio, televisie en internet speelden een belangrijke rol in beide deels parallel lopende ontwikkelingen naar een versterkt ik-gevoel en de veranderende behoeftes van het wij-gevoel. Ze hebben de individualisering versterkt, en tegelijkertijd nieuwe mogelijkheden geschapen tot de vorming van nieuwe, soms virtuele gemeenschappen, niet alleen in de chat-boxen op internet, maar ook via doelgroepgerichte zenders als MTV en TMF en allerhande op specifieke doelgroepen en thema's gerichte tv-programma's. Het resultaat was een versplintering van het aanbod van denkbeeldige gemeenschappen die voor de 'leden' ervan net zo belangrijk werden als de krant of de omroep vroeger.

Uiteindelijk bleken de media, televisie en radio voorop, niet voldoende om in de groeiende behoefte aan zingeving en samenhang te voorzien. De explosie van massamanifestaties buitenshuis liep niet voor niets parallel met de komst van tientallen tv-zenders. De drang fysiek deel te nemen aan spektakels buitenshuis is een bewijs dat de media in sommige opzichten lange tijd grote bevrediging kunnen schenken, maar op den duur toch niet kunnen voorzien in de behoefte van de mens aan fysiek samenzijn met anderen. Het feit dat krant en radio slechts één zintuig, respectievelijk het oog en het oor, en televisie slechts twee zintuigen, oog en oor, activeren, leidde tot een bijna fysieke behoefte ook de andere drie zintuigen – ruiken, proeven en tasten – opnieuw tot leven te brengen. Daarvoor bleef de aanwezigheid van andere mensen onontbeerlijk.

We zullen hier eerst enige aspecten van de individualisering bespreken, daarna van het kronkeliger parcours dat het wij-gevoel heeft afgelegd. Dit wij-gevoel dat met name na de val van de Muur als een boemerang in het maatschappelijke leven terugkeerde, versterkte het al langer sluimerende gevoel van nostalgie. Tegen het einde van de eeuw werd het verleden steeds meer verheerlijkt als een periode waarin het leven overzichtelijker en gezelliger leek te zijn geweest en waarin vrijheid en veiligheid wél zonder veel frictie samen konden gegaan.

Weg uit de geborgenheid

Het organische denken waarin het individu niet het middelpunt van de wereld was, maar een noodzakelijk en gerespecteerd onderdeel van

kleinere en grotere sociale gemeenschappen nam na de Tweede Wereldoorlog langzaam maar zeker af. Urbanisatie en groeiende sociale mobiliteit ondermijnden de familiale en lokale gemeenschappen en creëerden nieuwe gemeenschappen: grootstedelijke, nationale, Europese en zelfs mondiale gemeenschappen. De revolutie in de transport- en communicatiemiddelen in de jaren vijftig – auto, televisie, telefoon – maakten deze transformatie mede mogelijk.

Het aantal werelden waarin mensen zich konden bewegen nam hierdoor toe. Beperkte het leven zich voor de oorlog vooral tot werk, kerk of partij, verenigingsleven en familie en gezin, de komst van de auto verbreedde de actieradius tot heel Nederland, en al snel tot daarbuiten. De komst van televisie bracht de hele wereld de huiskamer in. De feitelijke en imaginaire werelden werden hierdoor aanzienlijk vergroot. Vooral het aantal 'gemeenschappen in de geest' waar de doorsneeburger toe kon treden veroorzaakte een grote verandering in de belevingswereld.

Op zichzelf was de *imagined community*, de ingebeelde gemeenschap zoals antropoloog Benedict Anderson dit verschijnsel heeft gedoopt, natuurlijk niets nieuws. Het deelgenoot worden van een gemeenschap van gelijkgestemden die men niet persoonlijk kende, was al met de opkomst van de burgerlijke roman in de achttiende eeuw begonnen. De verspreiding van massakranten en geïllustreerde bladen vergrootte vanaf de tweede helft van de negentiende eeuw de mogelijkheid 'lid te worden' van een groep die min of meer op hetzelfde tijdstip dezelfde lectuur las. De gevolgen konden uitermate zichtbaar en politiek zijn. Sommige historici menen dat de ideeën die in de burgerlijke roman behandeld werden, zoals vrijheid voor het individu, de voedingsbodem hebben gelegd voor de collectieve wil om de adel uit de macht te ontzetten in de Franse Revolutie. Dat de massakranten rond 1900 sterk hebben bijgedragen aan het hypernationalisme, zoals dat ook in Nederland ten tijde van de Boerenoorlogen tot uiting kwam, en aan de oorlogshysterie in 1914, staat vast.

De komst van de radio in Nederland in de jaren twintig heeft de schotten tussen de zuilen geperforeerd, de televisie heeft vanaf 1951 de emancipatie van de burgers vanuit de zuil naar het nationale leven enorm versterkt. Het gevolg was dat de loyaliteit van de burgers een sterk virtueel karakter kreeg. Men bleef vanzelfsprekend leven in de overzichtelijke kringen van werk, verenigingsleven en gezin, maar

in de ruimte van de geest nestelden zich naast de mensen die men fysiek tegenkwam al mensen die op de televisie met grote regelmaat te zien waren. Ze gingen net zo behoren tot de familiekring als de familie, de buurtgenoten en de collegae zelf. Hollywood had vanaf de jaren twintig al gezorgd voor vele nieuwe helden, en de popcultuur zorgde vanaf de jaren vijftig voor een nog veel groter scala aan helden met wie de jeugd zich verbonden kon voelen. De komst van internet in de jaren negentig heeft de mogelijkheden om zich lid te voelen van een virtuele gemeenschap naar keuze op voordien onvoorstelbare wijze uitgebreid.

Wat is nu het effect geweest van al deze media op de cohesie van de oude, vertrouwde gemeenschappen en op het karakter van al die verschillende virtuele gemeenschappen? Er is geen eenduidige lineaire ontwikkeling aan te wijzen. Daarvoor hebben de media, hoe belangrijk ze als actoren soms ook zijn, toch meestentijds te weinig een autonome kracht in zich. Meestentijds weerspiegelen ze tendensen die al aanwezig zijn in de maatschappij, al kunnen ze deze aanzienlijk versterken. Zo heeft de afgelopen halve eeuw wel duidelijk gemaakt dat de media bijna alle loyaliteiten en emoties – de persoonlijke, de nationalistische en kosmopolitische – kunnen versterken, soms afwisselend en soms tegelijkertijd.

Gezien de grote aandacht die er is voor de individualisering en het losser worden van de maatschappelijke cohesie, is het goed te beseffen dat de individualisering weliswaar een cruciale ontwikkeling is geweest – een op de drie Nederlanders woont (tijdelijk) alleen en een op de drie huwelijken eindigt in echtscheiding – maar dat voor de meerderheid van de bevolking de meest wezenlijke mentale gemeenschap nog altijd die is van de directe omgeving van eigen gezin, paarsgewijze relatie, vriendenkring en familie.

Tot op zekere hoogte had de conservatief-christelijke Zwitserse filosoof Max Picard dus gelijk toen hij in 1947 in zijn boek *Die unerschütterliche Ehe* schreef: 'Vanaf het begin van de schepping tot nu is er steeds dit: een man, een vrouw met een paar kinderen en een paar dingen in het huis van het gezin. Rijken werden gesticht en verwoest, massa's van mensen bevolkten het aardoppervlak en verdwenen weer daaronder. Zondvloed kwam en weer nieuwe aarde: steeds stonden op dezelfde wijze naast elkaar een man en een vrouw met de kinderen en de enkele dingen in het huis van het gezin.'[2] Afgezien van de

historische ontkenning van het bestaan van *extended families* en de mensen die hun leven lang vrijgezel bleven, of noodgedwongen moesten blijven, dit heilig verklaarde kerngezin was in de jaren veertig en jaren vijftig wel de realiteit geworden in Nederland.

Maar in 1947 was er nog geen televisie. De vraag is wat televisie met deze minigemeenschap heeft gedaan. De eerste tien jaar waren sommigen daar nog zeer optimistisch over, zoals de progressieve katholieke dr. C. Trimbos. Over dat gezin dacht hij in 1961 hetzelfde als Picard: 'De samenleving is open en winderig aan het worden. Het gezin betekent meer dan ooit de plaats waarin wij telkens terugkeren en samen met de onzen weer onszelf kunnen zijn [...] De affectieve functie van het gezin betekent duidelijker dan ooit voorheen de onvervangbare kern en waarde van het gezinsleven.'[3] De televisie noemde hij evenwel een welkome toevoeging aan dit gezin. 'De vertrouwdheid van de eigen kamer bevordert het ongedwongen vertrouwd raken met de wereld waarin wij leven. Het isolement van het gezin ten opzichte van de gecompliceerde buitenwereld wordt door de televisie op gelukkige wijze doorbroken [...] Grote artiesten zijn in onze huiskamer aanwezig, gezinnen delen samen de ervaring van een dramatische uitvoering of genieten van de gezelligheid en sfeer, die een goede show weet te geven.'[4]

Voor vele gezinnen gaat het beeld dat Trimbos schetste nog altijd op. Niettemin was deze overzichtelijke situatie van een veilig huiselijk bastion waarin de buitenwereld naar believen door de ouders werd binnengelaten al rond 1960 aan erosie onderhevig. De jeugd wilde een eigen wereld, zowel fysiek als imaginair. De drang om uit de kluisters van het gezin en het vertrouwde te breken was bij sommigen altijd al aanwezig geweest, bij avonturiers en artistieke romantici van het type Jan Slauerhoff. Na de oorlog had Gerard Reve, in hetzelfde jaar waarin Picard het gezin bewierookte, in zijn debuutroman *De avonden* de beklemming van de intimiteit van het gezin, de spruitjeslucht en de radio reeds superieur beschreven. Op het witte doek werden in de jaren vijftig rebelse filmhelden als James Dean en Marlon Brando de voorbeelden voor diegenen die meeslepend wilden leven, buiten in die wereld die helemaal niet winderig maar juist weelderig en opwindend werd geacht.

Na de jazzfans en de beatniks wilden ook de provo's en de hippies in de jaren zestig niet thuis blijven zitten in die in hun ogen gekun-

stelde geborgenheid met televisievermaak als Willem Duys en *Piste!* als 'zoethoudertjes' om het benepen kleinburgerlijke bestaan draaglijk te maken. De opstandige jeugd wilde helemaal geen televisie kijken, maar wilde de straat op. En als men af en toe wel naar de televisie keek, en daar beelden zag van de oorlog in Vietnam, rende men nog harder de straat op om daar te demonstreren tegen deze vernietiging van hun droom van wereldwijde vrijheid in vrede. Dat deze 'tegencultuur' verre van individualistisch was, maar haar heil zocht in nieuwe gemeenschappen, waarin het 'wij-gevoel' anders werd vormgegeven dan in het huisgezin dat men had verlaten, is een onderbelicht aspect in het proces van individualisering.

Het effect van de media pakte anders uit voor de gezinnen dan voor de jongere generatie. Televisie verbreedde het blikveld van de doorsnee Nederlander, en velen kregen er thuis virtuele vrienden en bekenden bij met wie men soms op vertrouwelijker voet kwam te staan dan met de overige gezinsleden. Anderzijds hebben de media de individualisering en transformatie van *Gemeinschaft* naar *Gesellschaft* ofwel van de organische en vertrouwde samenleving naar de anonieme massamaatschappij vergemakkelijkt. Zowel de gezinnen die elders in het land gingen wonen, als de jongeren die op kamers gingen, droegen in de vorm van een tv-toestel een nieuwe, virtuele gemeenschap met zich mee, een draagbaar gezin en vriendenkring.

Dit was een enorm verschil met de pre-televisietijd. Immers, vrijgezellen die in de vooroorlogse jaren bij een hospita woonden golden als zielig, enigszins zoals in premoderne tijden verbanning als de ergste straf gold, erger dan de doodstraf. In de jaren zeventig demonstreerden tienduizenden tegen de *Isolationsfolter* door de West-Duitse overheid van de RAF-gevangenen. Geen contact te mogen hebben met anderen werd als onmenselijk beschouwd. De demonstranten woonden zelf echter vaak alleen op kamers, al zochten velen de nieuwe gemeenschap op van de studentenflat. Maar zij waren dankzij de telefoon, radio en televisie niet verstoken van communicatie en de media maakten het voor iedereen die in een nieuwe, vreemde omgeving kwam, of het nu om gezinnen of eenlingen ging, mogelijk langere tijd in betrekkelijke afzondering te leven. Door velen werd het zelfs prettig gevonden, om alleen anderen fysiek op te zoeken als men er zin in had.

Techniek is er om de werkelijkheid niet aan den lijve te hoeven on-

dervinden. Dat gold voor de media lange tijd ook. Voor sommigen dienen ze voornamelijk om de kuilen in de dag mee te vullen, voor anderen omdat de werkelijkheid – ziekte, geestdodend werk – altijd een stuk vervelender is. Voor de meeste mensen betekende televisie een grote bron van bevrediging, zoals de popcultuur dat voor de jongeren was. Voelden de jongeren zich zeer sterk deelgenoot van de ingebeelde gemeenschap van bewonderaars van dezelfde muzikale stroming, zangers of groepen, de meeste tv-kijkers voelden zich ook al snel gelijkwaardig deelgenoot van de politieke gemeenschap van de natie. Deze functie had de krant daarvoor vervuld. Wat J.R. Thorbecke in 1858 zei in zijn pleidooi in de Tweede Kamer voor de afschaffing van het dagbladzegel, gold bijna een eeuw lang: 'Dagbladen zijn bovenal een bron van algemene onderrichting. Voor de grootste massa der burgerij zijn zij het enige middel van gemeenschap met hetgeen buiten elks huiselijke kring in de wereld van binnen en buiten het land omgaat. Men zou kunnen zeggen dat de dagbladen het voertuig zijn voor de omgang van de natie met zichzelf: het middel waardoor zij zich beter in haar onderscheidende schakeringen leert kennen en doet kennen.'[5] De televisie zou vanaf 1960 deze functie overnemen en van de Nederlandse natie één praatgemeenschap maken. De krant had men 'erbij', voor het regionale nieuws of voor het 'lekkere nieuws'. De kwaliteitskranten bleven hét communicatiemedium voor de elites onderling. De vaak chagrijnige en neerbuigende houding die veel dagbladen in de afgelopen decennia aannamen tegenover de televisie had veel te maken met de teloorgang van de monopoliepositie die de krant een eeuw lang had ingenomen in de 'ingebeelde gemeenschap' van de burger.

De kritiek van de pers zwol aan naarmate in de jaren zeventig en tachtig, en helemaal sinds de komst van de commerciële zenders na 1989, de televisie niet alleen een venster op de wereld werd waardoor de passieve burgers konden kijken hoe het daar buiten was en het platform werd waarop de politieke meningsvorming tot stand kwam, maar zich ook tot een publiek theater ontwikkelde waarin de burgers af en toe zelf konden optreden. Door de wonderbaarlijke vermenigvuldiging van het aantal zenders en programma's werd het voor steeds meer mensen mogelijk af en toe op het lokale of landelijke podium te gaan staan en – als studiopubliek of hoofdrolspeler – deel te nemen aan talkshow, quiz, show of reality-tv-programma. De grote

lijn in de mediageschiedenis van de twintigste eeuw is dan ook de verovering door het volk van de media op de culturele en politieke elites die de media vooral zagen als opvoedingsinstrument voor hun beschavingsidealen.[6]

De almaar groeiende dominantie van de televisie met al zijn mogelijkheden van live-verslaggeving – vanuit de eigen straat tot de verste uithoeken van de wereld – heeft volgens sommige critici geleid tot ten minste twee fundamentele veranderingen in de belevingswereld van de hedendaagse mens. De eerste is dat de werkelijkheid niet meer bestaat als deze niet op tv wordt getoond, de tweede dat men als burger nauwelijks nog meetelt als men niet zelf ooit eens op de televisie is verschenen. Wat toegejuicht wordt als de kern van internet, de volstrekte democratisering van de toegang ertoe, wordt nog altijd met grote reserve bekeken als het televisie betreft.

Toch is het goed te beseffen dat het mediatijdperk waarin we tegenwoordig leven geen revolutionaire nieuwe situatie is, wel een verscherping van de ontwikkelingen die al aan de gang zijn sinds de Franse en Amerikaanse revolutie. De hele moderne geschiedenis is een zichzelf versterkende reclamecampagne voor telkens nieuwe doorbraken in de richting van nieuwe levensvormen. Zoals gezegd maakten de krant, radio en Hollywood alle reclame voor een andere of bredere kijk op de wereld, en boden zij alle nieuwe voorbeelden van nastrevenswaardige ideeën of levensstijlen. Met de komst van de elektronische *global village* is de mensheid voor het eerst massamediaal geïntegreerd, en wordt de mensheid via de commerciële wereldmarkt permanent voorzien van 'levens- en geluksmiddelen'. Met de Duitse filosoof Peter Sloterdijk kunnen we dit fenomeen vergelijken met een geluksspiraal. Want die geluksspiraal verwijst enerzijds naar het loterijachtige karakter van de onderneming omdat die a priori gefundeerd is op een asymmetrische verdeling van de winst: hoe meer consumenten, hoe rijker de eigenaren worden. En anderzijds beklemtoont deze de duurzame en systematische aard van het proces. Vanuit elk met succes bereikt niveau moet deze geluksspiraal zich naar nog hogere winstniveaus opschroeven.[7]

Deze metafoor van de spiraal had hij ongetwijfeld ontleend aan de filosoof Jean Baudrillard. Deze Franse goeroe zag in zijn boek *Fatale strategieën* uit 1985 overal om zich heen een 'spiraal van verdubbeling' aan het werk: in de economie, in de reclame, in de seksualiteit,

in de media. Het resultaat was extase. 'De extase is de kenmerkende kwaliteit van elk lichaam dat om zichzelf heen tolt totdat het zijn zin verliest en schittert in zijn pure en lege vorm.' Leegte en simulatie waren in zijn ogen het gevolg. 'Elke eigenschap die op die manier tot een superlatieve macht is verheven, die gevangen is in een spiraal van verdubbeling – waarder dan waar, mooier dan mooi, reëler dan reëel – is voorzien van een duizelingseffect dat onafhankelijk is van welke inhoud of kwaliteit dan ook. Dit effect is tegenwoordig onze enige passie aan het worden.'[8]

Dat de enige passie van de moderne mens is in een voorgeschotelde 'werkelijkheid' te leven, liefst elke avond mooier en sensationeler dan de avond ervoor, in plaats van zelf naar buiten te gaan om een eigen werkelijkheid te beleven, is een geliefde gedachte van veel cultuurcritici. En het is waar, hoe bont het televisieaanbod heden ten dage is waaraan de kijker zich kan vergapen zoals de negentiendeeeuwer zich op de kermis kon vergapen aan de vuurvreter, de zwaardenslikker, de vrouw van tweehonderd kilo en andere gedrochten, dat hoeft hier niet te worden uitgelegd. En dat de beelden telkens heftiger moeten worden om nog tot prikkeling te leiden evenmin. Men hoeft maar een rondje te zappen en men ziet het 'brood en spelen'-karakter van de televisie, inclusief de gedemocratiseerde praktijken van de Nero's en Caligula's in allerlei seks-, reality- en leedvermaakprogramma's.

Ook hoeft de vervaging tussen het werkelijkheidskarakter van tv-fictie en de fictionaliteit van reality-tv hier niet besproken te worden. Het geloof in de waarheid van sommige beelden is vervangen door de geloofwaardigheid van alle beelden, zodat er dus eigenlijk alleen nog maar infotainment over is, waarbij de geloofwaardigheid ervan moet worden onderstreept door de uitleggers ervan in met name de nieuwsrubrieken die nog pretenderen een link met 'de echte werkelijkheid' te presenteren. Over deze en andere aspecten van de hedendaagse televisie in Nederland is scherpzinnig geschreven door diverse publicisten en tv-recensenten.

Wat Hans Magnus Enzensberger eind jaren tachtig zei, zei Bas Heijne eind jaren negentig in ietwat andere bewoordingen. Doordat de mensen steeds banger worden voor de echte werkelijkheid buiten, en doordat die werkelijkheid ook steeds vreemder en onwerkelijker overkomt, is in het afgelopen decennium de behoefte enorm toege-

nomen de werkelijkheid zo heftig mogelijk te beleven in de fictie, zowel in de *war-games* op de pc als op de televisie. 'De televisie lijkt van droommachine, een medium bij uitstek om aan de alledaagse werkelijkheid te ontsnappen, geworden tot een middel om heftige gevoelens te ervaren, tot een theater van de authenticiteit [...] Het is een soort pornografische bevrediging van de zintuigen.'[9]

Wat betreft die gegroeide behoefte aan almaar heftiger wordende emoties heeft hij gelijk. Maar deze kwamen, zoals we hebben gezien, ook voort uit de maatschappelijke veranderingen. En tegenover deze behoefte om de zenuwen zo intens mogelijk te prikkelen staat, zoals we nog zullen zien, de groeiende behoefte aan het dempende gevoel van de nostalgie. En dat de zintuigen geheel bevredigd zouden worden, is aantoonbaar onjuist. De jaren negentig kenmerkten zich juist ook door de drang om regelmatig aan deze media-emoties te ontsnappen en buiten op straat fysiek, publiekelijk en vooral gezamenlijk uiting te geven aan de thuis opgewekte emoties van vooral euforie, woede en verdriet.

In het kader van de strijd tussen de bevrediging van het ik- en het wij-gevoel, is de kritiek relevanter dat televisie de tendens tot 'zelfbevestigend exhibitionisme' tot absurde hoogte zou hebben versterkt. H.J.A. Hofland heeft in 1994 een mooi voorbeeld aangehaald om zijn tirade tegen de mediatisering van de wereld te illustreren. Het voorbeeld stamt uit de begintijd van televisie, de jaren vijftig. De firma Schweppes, Brits fabrikant van spuitwater, maakte toen reclame via paginagrote advertenties in de weekbladen. Een van die advertenties toont in drie scènes de denkfasen van wat genoemd werd *The TVian Man*. Een jongeman, introvert, sluikharig, kortom een intellectueel van zijn tijd, zegt tegen zichzelf: 'I think I shall go into the garden and look at a bird.' In de tweede scène heeft hij de hulp van het moderne medium ingeroepen. 'But first I must have a TV film made of myself going into the garden to look at a bird.' De slotscène bevat de bevredigende ontknoping. 'And then if I look at the film on TV, I shall really have gone into the garden to look at a bird.'[10]

Het is een fraai voorbeeld van de onzekerheid van de mediamens of hij, niet 'gewapend' met allerhande opnameapparatuur nog wel een werkelijkheid ervaart, en zo ja of die ervaring nog wel zin heeft als deze niet wordt vastgelegd. Hoflands bezwaar tegen dit zelfbevestigende exhibitionisme was evenwel dat 'het weldenkende deel der

natie' in de afgelopen decennia is gezwicht voor de televisie, en op een holletje naar Hilversum rent om *acte de présence* te geven in de mediawerkelijkheid. 'In de communicatierevolutie is dat het verraad der klerken,' aldus het *J'accuse!* van Hofland. Hier had hij helemaal gelijk in. Al lijkt zijn kritiek meer een heimwee uit te drukken naar de tijd waarin de krant heer en meester was op het gebied van de overdracht van informatie en cultuur dan een grote verandering weer te geven in dat zelfbevestigende exhibitionisme. De enige verandering hierin is het feit dat de doorsneeburger nu ook het recht claimt om zijn persoonlijkheid te presenteren aan een groter publiek, iets wat voor de komst van televisie niet zo gemakkelijk mogelijk was. Dit exhibitionisme is een logisch uitvloeisel van de democratisering van de ik-gerichtheid die we al in de negentiende eeuw zagen beginnen.

Het ik en de kunst

Iedereen kon in de tijden van weleer op opvallende wijze over straat gaan, op de markt gaan staan, om te worden bekeken met een kunstje, een monoloog of wat voor commerciële of kunstzinnige performance ook. Met de komst van de fotografie rond 1830 kon het eigen leven, de eigen werkelijkheid worden vastgelegd. De welgestelden die zich vanaf de jaren twintig van de afgelopen eeuw een filmcamera konden veroorloven, konden het eigen leven ook nog in bewegende beelden vastleggen. De gevolgen voor het zelfbeeld waren groot. Een foto bewijst dat je leeft, een oude foto dat je ouder wordt en waarschijnlijk doodgaat, met als troost dat die foto's of filmbeelden je in elk geval zichtbaar onsterfelijk maken.

Pas door de welvaart na de Tweede Wereldoorlog raakte apparatuur als fototoestel en filmcamera voor iedereen bereikbaar. Wat de hoofdpersoon in *De avonden*, Frits van Egter, aan het einde van zijn verhaal nog slechts kon schrijven – 'Het is gezien, en niet onopgemerkt gebleven' – was nu voor iedereen met een Kodak Klik of SuperAcht weggelegd. Er is dus simpelweg sprake van een totale democratisering van alle mogelijkheden. Is dat wat de critici van 'de media' dwars zit? Of is er een ander probleem? Waarom spreken zovelen nu van 'een crisis der zingeving', zoals men in het vorige *fin de siècle* sprak van 'een crisis der zekerheden'? Wat is die crisis dan? Is

het 't gebrek aan sociale banden? Is het 't gebrek aan werkelijke intimiteit? Is het 't gebrek aan mogelijkheden om de tijd zinvol door te komen? En dan die vraag die zoveel intellectuelen van 'de oude cultuur' bezighoudt: waarom vindt die 'crisis' een uitlaatklep in de moderne media, en niet in hun prachtboeken, dansvoorstellingen of toneelstukken?

Het antwoord op al deze vragen is goeddeels te geven met de groeiende ik-gerichtheid. Die heeft bij sommigen geleid tot de behoefte aan exhibitionisme, en vooral de uitstalling van eigen leed, maar bij vrijwel iedereen tot de fascinatie voor het ik in de ander. Het wij-gevoel raakte daarbij op de achtergrond, en dat zou vanaf de jaren zeventig in kortstondige golven van nostalgie en in de jaren negentig een permanent onderdeel worden van het bewustzijn.

Het ahistorische van de kritiek op het hedendaagse narcistische exhibitionisme is dat 'de gewone man' nu ook doet wat de schrijvers en kunstenaars al sinds eeuwen doen: het wel en wee van het eigen persoontje door middel van woord, beeld of geluid naar buiten brengen. In een onderzoek uit 1994 onder Duitse jongeren noemde elke vijfde ondervraagde als zijn of haar droomberoep kunstenaar. Bij mannen volgde sportman als tweede, bij vrouwen een verzorgend beroep als verre tweede. Op de vraag waarom, antwoordde men: een kunstenaar is creatief, verdient veel en werkt weinig, is vrij en geniet van de schoonheid, doorbreekt taboes en wordt toch beroemd.[11] Dit was de democratisering van een kunstopvatting die begin twintigste eeuw begonnen was met Marcel Duchamps met zijn *ready mades*. Hij maakte zelf niets, gaf aan het bestaande, zoals een urinoir, een kunstzinnige uitleg, zette het in het museum en was dus kunstenaar. In de jaren zeventig zei de Duitse schilder Joseph Beuys: 'Ieder mens is kunstenaar', en dat lieten velen zich geen twee keer zeggen.

Onderzoeken in Nederland in de jaren negentig, weliswaar niet erg betrouwbaar, wezen uit dat zo'n half miljoen landgenoten bezig waren met het op papier krijgen van een verhaal. Dat aantal mag overdreven zijn, de aanmeldingen voor kunstacademies, toneelscholen, en televisieprogramma's als *Starmaker* waarin jonge mensen de kans kregen onder begeleiding hun muzikale gaven te ontwikkelen en beroemd te worden, liegen er ook niet om. In Nederland zijn er naar schatting 70 000 popgroepen.[12]

Midden jaren tachtig werd er veelvuldig geklaagd over het ontbre-

ken van een (auto)biografische traditie in Nederland. Deze zou niet passen bij de bescheiden en op consensus gerichte volksaard. Vanaf die tijd bekeerde het schrijvende en lezende deel van de natie zich massaal tot dit literaire genre. Alleen al in de jaren 1994 en 1995 verschenen er driehonderd Nederlandstalige biografische publicaties. Sommigen vermoedden een samenhang tussen deze opmerkelijke opleving en de triomfen van *reality-tv*, de emotionele praatshows en de diepte-interviews op de beeldbuis.[13]

De fascinatie met het persoonlijke in de literatuur was al eerder begonnen. Men kan zelfs zeggen dat de moderne westerse mens het meeste aantal pagina's heeft gevuld met een beschrijving van de eigen persoonlijke ontwikkeling. 'Het lijkt erop dat we zo vervuld zijn van ons eigen ik dat we bijna nergens anders meer over kunnen schrijven,' aldus journalist Monic Slingerland in een bespreking in 1992 van de bundel *Ik is anders* over de autobiografie in verschillende culturen.[14] Sommigen dateren het begin van de moderne autobiografie in de tijd dat in Venetië zilver werd aangebracht op een stuk geslepen glas, zodat een spiegel ontstond. Aangezien het christendom het schrijven van een autobiografie verbood, zou de opbloei ervan omgekeerd evenredig genoemd kunnen worden met het afnemen van het geloof in het hiernamaals. Zo gezien is de autobiografie bedoeld om de dood te bezweren en, als het even meezit, onsterfelijk te worden. Slingerland: 'Een leven dat niet in druk verschijnt, beschouwen we als verloren. De uitgever heeft daarmee bijna de plaats van de Schepper ingenomen. Hij bepaalt of we gered zijn of niet.'

De democratisering en de drang tot zelfontplooiing hebben een einde gemaakt aan de vroegere voorwaarde dat beroemdheid een voorwaarde was voor het schrijven van een autobiografie. Sinds de jaren tachtig werd de persoonlijke tragedie de legitimatie bij uitstek. Het eigen leven bleek, als er maar problemen in voorkwamen, een onuitputtelijke bron te zijn voor iedereen met pen en papier of pc. Over het niveau van al deze literaire producten werd vaak lacherig gedaan in de pers, maar ook dat was niets nieuws. Vanaf eind jaren veertig werden vele taboedoorbrekende jonge schrijvers die in de ik-vorm schreven – Gerard Reve, Jan Wolkers, Jan Cremer – ook aanvankelijk door sommige critici met grote literaire reserves of morele afkeuring bejegend.

In de schilderkunst werd de fascinatie voor de persoon-achter-de-

kunstenaar niet minder groot. Het zelfportret leefde eind jaren negentig als nooit tevoren. Bij tentoonstellingen als *Rembrandt zelf* liep het storm. Sinds 'de dood van de kunst', of op zijn minst van de avantgardekunst, was de persoon van de kunstenaar al bijna geheel centraal komen te staan. Op nadrukkelijke wens van de kunstenaar zelf, en nog nadrukkelijker wens van het publiek. De leegloop van de kerken mag de musea gevuld hebben, het was niet alleen de behoefte aan gesecularisseerde contemplatie en een nieuwe zucht in contact te komen met het mystieke die de mensen naar de musea dreven. Het was vaak niet minder de nieuwsgierigheid naar het leven van de kunstenaar zelf. En een opmerkelijk, opwindend, omstreden en liefst dramatisch leven van die kunstenaar bevorderde de interesse in zijn of haar werk aanzienlijk. In de loop van de twintigste eeuw kon en wilde men de kunst al steeds minder los zien van de kunstenaar. Het persoonlijke drama begon tegen het einde ervan de kunst zelf te overwoekeren. Men kan zich zelfs afvragen of het werk van bijvoorbeeld Vincent van Gogh, Gerrit Achterberg of Gerard Reve wel zo hoog zou zijn aangeslagen, als de kijker en lezer niet het drama van het afgesneden oor, de moord op de hospita en het 'ezelsproces' er telkens bij betrokken. De ik-gerichtheid in literatuur en kunst ging in elk geval vooraf aan de ik-gerichtheid van de mediamens.

Bij veel gewone mensen nam de interesse in de eigen geschiedenis al zichtbaar toe sinds de jaren zeventig. In de gemeentearchieven gingen talloze mensen op zoek naar de geschiedenis van de eigen naam, en naar die van de eigen familie. De voorbeeldfunctie van de biografie was in de negentiende eeuw heel normaal. In de dominante politieke stroming van na de oorlog, die op gelijkheid en maakbaarheid van de samenleving als geheel was gericht, was hiervoor weinig plaats meer. Mensen die hun eigen stamboom uitzochten werden niet zelden als ijdeltuiten afgeschilderd.

Intussen zocht de jeugd zijn helden allang op het witte doek en in de opkomende popcultuur, en deze heldenverering schonk lange tijd voldoende bevrediging. Want in bewondering zit een mechanisme dat op twee manieren kan werken. Sommigen voelen zich er als persoon groter door, overeenkomstig de uitspraak dat alleen kleine mensen niet in staat zijn tot bewondering. Anderen voelen toch vaak de enorme afstand tot het leven van de ster, dat lichtjaren van de bewonderaar verwijderd lijkt te zijn. Door de democratisering, het

groeiende zelfbesef en de groeiende technische mogelijkheden zelf iets creatiefs te vermenigvuldigen, is waarschijnlijk de bewondering bij sommigen steeds meer vergezeld gegaan van de vraag 'waarom zij wel en ik niet?'. In de steeds maar uitdijende cultuurindustrie werd het veroveren van een creatieve baan ook een steeds aanlokkelijkere optie.

Het eenzame ik

De bevrediging die deze vlucht uit het omringende echte leven zelf naar de gemedieerde werkelijkheid en de fictie op tv schenkt, is nog nooit naar tevredenheid wetenschappelijk onderzocht en verklaard. Maar voor de stelling dat deze bevrediging groot was, hebben we geen wetenschap nodig. Dat praktisch ieder mens op aarde die het zich kan veroorloven een radio en televisie heeft, is het eenvoudige bewijs voor de bevrediging die deze media schenken. De biologerende werking van tv-beelden ligt goeddeels in het feit dat ze bewegen. Baby's zijn erdoor gebiologeerd, en zintuiglijk gedepriveerde aapjes leren in no time allerlei ingewikkelde kunstjes om als beloning een split second bewegend beeld te kunnen zien. De beelden kunnen minimaal zijn – brandend haardvuur, urenlange autoritten – of hetzelfde laten zien wat de kijker ook kan zien als hij door de winkelstraat loopt. De beweging is belangrijk, en de suggestie dat er leven buiten het eigen huis is. We hebben reeds besproken dat de televisie zich steeds meer ging richten op de beweging van het gemoed van de kijker. Op welke manieren bepaalde tv-programma's het gemoed van de kijker beïnvloeden is voor sommige genres uitvoerig beschreven. De talkshow en de discussie hebben een andere invloed dan de soap of de thriller.

Zo is het ook duidelijk dat naarmate vanaf de jaren zestig de vermaledijde oude rolpatronen, sociale en religieuze verbanden losser werden of geheel wegvielen, er nieuwe behoefte ontstond aan modellen van leven. De televisie bleek een zeer geschikt medium om in deze behoefte te voorzien. De kritiek op de programma's die aan deze vraag voldeden, met name de soaps, is altijd geweest dat de meeste ervan – *Dallas, Dynasty, GTST, As the World Turns, e tutti quanti* – een veel te rooskleurig en simplistisch beeld schetsen van de wer-

kelijkheid en de keuzes die in het leven gemaakt moeten worden. In het algemeen zou de kijker die veel naar dit soort soaps kijkt er wel een en ander van kunnen opsteken, maar zou het vermogen om met moeilijke situaties in het eigen leven om te gaan, er toch door verminderen, al was het maar doordat veel tv-kijken de tijd reduceert om in het eigen leven ervaringen op te doen en al deze voorbeeldrollen en -reacties in de praktijk te brengen. Televisie zou dus het leven tussen de gespeelde mensen te veel tot sjablonen terugbrengen, waarmee men in het echte leven weinig kan aanvangen. Al deze kritiek kan echter het feit niet wegnemen dat velen er zeer goed mee kunnen leven, ja dat velen in die imaginaire vrienden- en kennissenkring voldoende bevrediging vinden om zich niet alleen te voelen.

Op de popcultuur in het algemeen en op de muziekzenders MTV en TMF in het bijzonder wordt dezelfde kritiek geleverd. De bewonderaars zouden te weinig inzien dat de kosmopolitische jetset zich de afgelopen decennia geheel heeft losgemaakt van de samenleving, en zich heeft teruggetrokken in kleine exclusieve gemeenschappen van gelijkgestemden op weelderige en zonnige eilandjes in de wereld die zij voor zichzelf dankzij hun fortuin hebben gereserveerd. De pophelden worden door de critici gezien als efemere verschijnselen die in steeds grotere hoeveelheden moeten worden aangemaakt, alleen als geruststelling dat iedereen die in afwachting is om ontdekt en beroemd te worden zo'n winnend kaartje kan bemachtigen in de loterij van geluk.[15]

Hoe terecht de kritiek op de kritiekloze bewondering voor pophelden ook is, men kan er niet aan voorbijgaan dat vele sterren uit de populaire cultuur helemaal niet zo'n tijdelijk karakter hebben. Want als er, afgezien van de beeldende kunst en de klassieke muziek, één blijvertje is aan te wijzen in de afgelopen halve eeuw, dan is het wel de populaire cultuur. Ook letterlijk, in de vorm van tv-programma's en film- en popsterren. De soap *As the World Turns* loopt al bijna een halve eeuw. De liefde ervoor wordt van generatie op generatie doorgegeven. Grootmoeders, moeders en dochters kijken er samen naar, waarbij de eersten de laatsten kunnen vertellen over de voorgeschiedenis van de huidige episode.[16]

Hetzelfde geldt voor persoonlijkheden op de Nederlandse tv. Koos Postema, Mies Bouwman, Sonja Barend, Paul Witteman, Kees van Kooten, Wim de Bie, Johnny Kraaykamp, Rijk de Gooyer, al deze tv-

helden zijn vanaf de jaren vijftig en zestig bijna niet meer van de buis weggeweest. Sommige van hen beleven in deze nieuwe eeuw zelfs nieuwe hoogtepunten. Niet anders is het in de filmwereld. Clint Eastwood, Robert Redford, Robert de Niro, ze lopen al drie tot vier decennia mee. Voor vrouwelijke filmhelden valt tegenwoordig het doek voordat zij veertig zijn omdat ze dan niet langer als aantrekkelijk gelden voor het jonge bioscooppubliek.

En ongeacht alle eendagsvliegen in de popmuziek geldt hier hetzelfde. Tom Jones, Bob Dylan, The Rolling Stones, Van Morrison, maar ook groepen als Led Zeppelin en U2, draaien twintig, dertig, veertig jaar of langer mee, en op het hoogste niveau. En hier worden oudere vrouwen wel geaccepteerd, zoals Madonna en zeker Tina Turner laten zien. De meeste van deze helden van de populaire cultuur mogen exponent zijn van de kapitalistische vermaaksindustrie, wat ze van meet af aan waren, ze mogen inmiddels ook exponent zijn van een meer op het verleden dan op de toekomst gerichte geestesgesteldheid. Maar ze behoren tot de weinige dingen in het leven van de afgelopen halve eeuw die bij velen voor een gevoel van een even opwindende als veilige continuïteit hebben gezorgd. De soapsterren, de film- en tv-sterren en de popmusici behoren voor velen tot de weinige kapstokken die houvast bieden in de snel veranderende wereld.

Dit wil natuurlijk niet zeggen dat de steeds groter wordende kloof tussen de wereld van de zakelijke en culturele jetset-miljonairs en die van de eenvoudige burger niet tot gevoelens van onvrede kan leiden. Veel wijst erop dat er een groeiende gemeenschap is van individuen die het gevoel hebben het in hun eentje moeten zien te rooien. Een gemakkelijke uitweg die zij zien is zich in te schrijven voor een quiz of andersoortig tv-programma en mee te doen aan de explosief groeiende manie van de grote-geldloterijen. In 1997 dong een op de twee huishoudens met een staatslot mee naar het miljonairschap, om over al die andere loterijen maar te zwijgen, het is een miljardenbusiness geworden.[17] En in afwachting van dat mirakel bleven zij maar het genot smaken in elk geval in de verbeelding samen te zijn met de sterren op tv en film, al is dit meestal in de beslotenheid van de eigen vier wanden.

Als het televisieaanbod in de jaren negentig de geestesgesteldheid van de doorsnee-Nederlander weergeeft, moet de conclusie zijn dat deze in toenemende mate door verlangen en frustratie gekenmerkt

werd. Opvallend is immers de groei van het aantal programma's dat vooral bevrediging moest schenken aan de blijkbaar sterk gegroeide behoefte aan actieve deelname, voyeurisme en leedvermaak. Voorbeelden zijn *Big Brother*, *de Bus*, *Jerry Springer* en de rage die al in 1990 begonnen was, *Bloopers*. Komisch geachte mislukkingen en regelrecht leedvermaak werden geprefereerd boven wat wel is gelukt.

Het accent in de overige tv-programma's, in de steeds populairder wordende musicals van Joop van den Ende en in de populaire muziek kwam meer dan ooit te liggen op lief en leed, en relatieproblemen. Op televisie waren het, behalve de genoemde soaps en sitcoms, de buitenlandse series, nieuwe en oude. *Cheers*, de hitserie uit de jaren tachtig over het café 'where everybody knows your name', wordt eindeloos herhaald. Ook in nieuwe hitsoaps zoals *Friends*, *Seinfeld*, *Ally McBeal* en *Sex in the City* draait het allemaal om seks en moeizame relaties, maar met humor gebracht.[18]

Afgezien van de relatieproblemen was de gemeenschappelijke noemer in al deze programma's de omstandigheid dat niet langer het gezin maar de vriendenkring centraal stond, die ondanks alle wel en wee ook onverwoestbaar leek. De populariteit van deze programma's leek aan te geven hoezeer de kijkers verlangden opgenomen te worden in dergelijke vriendenkringen en hoezeer er een proces van vereenzaming van het individu gaande was. De moeilijkheid met dit soort conclusies is dat ze niet kunnen worden onderbouwd met kijkcijfers. Die meten alleen of er gekeken is, en hooguit de waardering, maar niet de emotionele beleving van de programma's. Het enige wat uit onderzoek steevast duidelijk wordt, is dat 'zware tv-kijkers' over het algemeen depressiever zijn dan mensen die minder kijken.

Of het individu door de passief genoten populaire cultuur en de media als radio, tv en internet dus door de bank genomen opgewekter wordt of juist neerslachtiger en eenzamer, is niet gemakkelijk aan te tonen. Het ontbreekt daarvoor aan sensorische metingen en diepte-interviews op grote schaal en voor een goede diagnose moet de invloed van deze media-uitingen ook ingebed worden in de persoonlijke en sociale omstandigheden. Wat in de afgelopen decennia wel aantoonbaar is, is de groeiende behoefte aan individuele geestelijke hulp. De algemene verklaring hiervoor is dat 'de revolutie van de stijgende verwachtingen' over de eigen zelfontplooiing zijn tol is gaan eisen. Immers, de kwaliteit van het leven is er in Nederland alleen

maar beter op geworden, en de welvaart eveneens. Als het getob op het persoonlijke vlak alleen maar lijkt te zijn toegenomen, is dat te wijten aan de te hoog gespannen verwachtingen over zichzelf. Waren mensen, zo luidt de verklaring, voorheen al blij met tevredenheid, nu moeten ze 'echt gelukkig' zijn. De drempel om over ziekte of tegenslag te praten is allengs afgenomen, maar daarmee werd de drempel voor wat mensen als ziekte en probleem zien in de afgelopen paar decennia in nog sneller tempo lager. Het nettoresultaat is dan inderdaad meer problemen.

Het almaar stijgende gebruik van alcohol, tabak, softdrugs en pillen kan inderdaad duiden op een groeiende kloof tussen de verwachtingen over zichzelf en de mogelijkheden deze te realiseren. Maar ook hier is voorzichtigheid bij de conclusies geboden. De mate waarin allerhande middelen aangeboden worden, speelt vaak een even belangrijke rol als de mate van de behoefte. Dit geldt ook voor het gebruik van pillen die door arts of therapeut worden voorgeschreven. Zo werd prozac, een middel tegen depressiviteit, het nieuwste chemische wondermiddel van de jaren negentig. In 1987 toegelaten op de markt, maakte prozac een razendsnelle triomftocht door de westerse wereld, op grond van de belofte van een 'onproblematische persoonlijkheid' én gewichtsverlies. Je werd er dus ook nog slank van. Geen wonder dat het middel al in 1994 het op een na meest verkochte geneesmiddel ter wereld was.

Sommige onderzoekers verklaarden dat misschien wel een derde van de wereldbevolking door de ziekte depressiviteit getroffen werd. Maar dit soort uitlatingen waren altijd te horen van de kant van de farmaceutische industrie die de wonderen van elk nieuw middel lyrisch beschreef om de afzetmarkt zo groot mogelijk te maken. Dat was in de jaren vijftig ook gebeurd toen de eerste tranquillizers op de markt kwamen, die een minder verslavende werking hadden dan oeroude psychoactieve medicijnen als alcohol en tabak en de kalmerende geneesmiddelen die rond 1900 op de markt kwamen.

In 1955 werd meprobomaat onder de naam Miltown en Equanil op de markt gebracht. Al in datzelfde jaar was de vraag ernaar groter dan naar enig ander medicijn dat ooit in Amerika was verhandeld. Apotheken zetten bordjes in de etalage 'Miltown uitverkocht', of 'Morgen weer Miltown'. De bladen spraken van de *Happiness Pills* of *Peace of Mind Drugs*. Miltown was het eerste psychiatrische medicijn dat

razend populair werd onder het grote publiek.[19] Librium en valium kwamen begin jaren zestig. The Rolling Stones zongen erover in *Mother's Little Helper*. In 1970 slikte een op de vijf vrouwen en een op de dertien mannen in Amerika tranquillizers. Het interessantste van dit alles is evenwel hoe snel deze valiummanie ook weer voorbijging. In 1980 was valium naar nr. 32 van de meest voorgeschreven medicijnen gezakt, librium naar nr. 59. Het zal ongetwijfeld juist zijn dat de farmaceutische industrie een grote rol heeft gespeeld in zowel de propaganda voor de 'gelukspil' Miltown in de jaren vijftig als voor de 'gelukspil' prozac in de jaren negentig.

Bij alle scepsis over de precieze betekenis van deze hypes, blijft het opmerkelijk dat de tranquillizers in de jaren vijftig en zestig een teveel aan opwinding en stress moesten dempen, terwijl Prozac tegenwoordig juist het gevoel van nietserigheid en lusteloosheid moet wegnemen. Zo passen de beide rages dus wel in de emotionele curve over de emotionele ontwikkeling in de afgelopen halve eeuw. In de jaren zestig moesten de onplezierige emoties zo veel mogelijk weggedrukt worden, in de jaren negentig was de uiting van alle emoties gerechtvaardigd, maar was het resultaat een groot gevoel van onbehagen dat zich uitte in een golf van 'depressiviteit'. Bij sommigen was er overigens ongetwijfeld ook sprake van de behoefte een objectieve 'ziekte' te vinden om het gebrek aan succes of geluk in het eigen leven mee te verklaren.

Als overgang naar de groeiende behoefte aan een wij-gevoel is het ten slotte niet oninteressant op te merken hoe groot het verschil op één punt is tussen de populaire cultuur in Nederland en in de Angelsaksische wereld. Dat is het feit dat in Nederland sterker dan in Engeland en Amerika de religie en God zelf uit de populaire cultuur zijn verdwenen. Zo'n beetje het enige populaire lied van de afgelopen decennia waarin het woord God voorkwam was 'Oh Gottegottegot', een carnavalshit van Herman Brood. De videoclip met Brood voorop in de polonaise door het huis van kunstverzamelaar Miep Brons – recht tegenover het hotel waar hij een paar jaar later vanaf zou springen – moest een voorbeeld zijn van *camp*, die doelbewuste smakeloosheid waar zo om te lachen viel.

In Amerika, en in mindere mate ook Engeland, heeft de pop- en filmcultuur vanaf *The Sixties* een religieuze inslag behouden, overgenomen uit de blues- en gospeltraditie en de *country folk*. Groepen als

The Birds zongen al in de jaren zestig dat 'Jezus is just allright with me'. Musici als Janis Joplin, Van Morrison, Eric Clapton en natuurlijk Cliff Richard, maar ook jongere musici als Whitney Houston, Alanis Morrisette, Joan Osborne en Mariah Carey hebben hun religieuze periode gehad of hebben die nog steeds. Bob Dylan, van joodse afkomst, bekeerde zich tot het christendom en trad in 1998 in Italië op speciaal verzoek van paus Johannes Paulus op, met onder andere het nummer 'Knocking on Heavens Door'. In Nederland, dat deze paus tijdens zijn bezoek aan Utrecht in 1985 met stenen en tomaten had bekogeld, verscheen er in een enkele krant een foto van, meer niet. Men wist er geen raad mee.

Dat de bekering tot het religieuze van Madonna en Prince – beiden beroemd geworden wegens de viering van hun goddeloze en zedeloze hedonisme – misschien wel iets te maken had met hun dreigende ondergang aan het eigen bevrijde ik, dat werd genegeerd of gezien als tijdelijke of *publicity-driven* bevliegingen. Ook dat Herman Brood in zijn mislukte en fatale afkickperiode het bijna nergens anders over had dan over God, hoort niet bij het seculiere sprookje over het bevrijde ego. Waarin de Amerikaanse popmusici ten slotte ook verschillen van hun Nederlandse vakgenoten is het gebrek aan gêne over de combinatie tussen popmuziek en patriottisme. Bruce Springsteen was de sleutelfiguur in de bekering van de popcultuur tot de natie. De benefietconcerten voor de slachtoffers en nabestaanden van de terreuraanslagen op 11 september 2001, zowel de tv-show *Tribute to Heroes* als het concert in Madison Square Garden in New York, maakten duidelijk dat de rebellen-van-gisteren zich inmiddels patriot, zo niet nationalist voelen.

In de Amerikaanse films speelt God nog altijd vaak een grote rol, al is de strijd die erin gevoerd wordt dan meestal tegen de duivel in zichzelf. Voorbeelden zijn er legio, *The Fight Club* met Brad Pitt is er slechts een van. Het stramien is meestal hetzelfde: eerst verloedering en misdaad, dan volgt de climax van de strijd met de duivel, waarna de verlossende bekering tot het goede, de liefde meestal, volgt.

Nederland heeft deze religieuze of pseudo-religieuze traditie in de populaire cultuur veel minder gekend. Maar opvallend is het dat zangers die hun individuele heil in die richting zochten, met onmiddellijke ingang niet langer als serieus werden beschouwd. Voormalige hippiezangers als Elly en Rickert werden lachend uitgezwaaid, Gert

en Hermien belandden, gescheiden, in het kamp van de camp en de kitsch. Door de volstrekt geseculariseerde levensbeschouwingen van de meeste burgers en ook wetenschappers is de onstuitbare opmars die de Evangelische Omroep vanaf 1970 heeft gemaakt, en de steeds massaler bezochte EO-Jongerenlanddagen in Flevoland vol reli-pop een van de meest onderschatte fenomenen in het sociale leven van de afgelopen periode. Wel is er sprake van een krachtige opleving van de regionale trots in de popmuziek, waarvan Normaal in de jaren zeventig de eerste exponent was.

Voor de snelle verbreiding na het midden van de jaren negentig van internetaansluitingen en de revolutionair snelle verbreiding van de mobiele telefoon tegen het einde van de eeuw geldt hetzelfde probleem als het gaat om het doorgronden van de motieven van de gebruikers. De *pushers*-praktijken waarmee deze nieuwste communicatiemiddelen werden aangeboden maakt het noodzakelijk ook deze ontwikkeling niet te snel in verbinding te brengen met een algehele toename in de gevoelde eenzaamheid die tot die enorme behoefte zou hebben geleid te communiceren met wie zich er ook maar voor leende. Dat was met internet wel mogelijk, en werd ook veelvuldig gedaan, maar het gebruik van de mobiele telefoon en de sms-functie bijvoorbeeld blijkt in de praktijk vooral neer te komen op meer contact met dezelfde mensen.

Niettemin zijn er in bovengenoemde ontwikkelingen genoeg tekenen te vinden die de conclusie wettigen dat de mens er in de jaren negentig niet tevredener op geworden is. En, dat naarmate de hoeveelheid media toenam, het besef van de afstand tot de ander ook toenam, en de drang om de fysieke nabijheid van de ander op te zoeken eveneens.

Het wij-gevoel

In de opgelaaide discussies over 'de jaren zestig' staat de afgelopen jaren de vraag centraal in hoeverre de toen gepredikte moraal van verzet tegen de autoriteiten en het *anything goes* heilzame dan wel heilloze gevolgen heeft gehad voor de hedendaagse maatschappij. Door deze eenzijdige benadering blijft een aantal kenmerken van de jaren zestig en zeventig onderbelicht. Het eerste is dat de individu

alisering en commercialisering vanaf het begin hand in hand gingen. De film- en popcultuur was commercieel, en geen film- of popliefhebber die hier bezwaar tegen maakte. De managers van The Beatles en The Rolling Stones maakten al in 1963 kartelafspraken over het tijdstip van *release* van hun platen zodat ze elkaar niet in de weg zouden zitten op de eerste plaats van de hitparade, wat de omzet kon drukken. Dat deze popsterren Rolls Royce's hadden in alle kleuren van de regenboog, deerde niemand. Sterker, het was een bewijs dat deze helden van de tegencultuur zich ver hadden verheven boven het 'klootjesvolk' en *en passant* ook nog die zelfingenomen politici van het establishment op eigen materieel terrein hadden verslagen.

Het tweede veronachtzaamde gegeven is dat die zelfontplooiing net zoveel gericht was op de gemeenschap als op het individu. Men wilde alleen nieuwe, andere, betere gemeenschappen creëren. De schrijvende Vijftigers trokken zich af en toe als vriendenclub terug op Ibiza en de hippies klonterden samen in communes in Spanje of Marokko, hoe tijdelijk dit ook allemaal was. Groepjes politiek ideologische figuren stichtten woongemeenschappen als semi-permanent bedoelde tegenhanger van Picards 'eeuwige huwelijk'. Hierin had het individu weinig en 'het collectief' alle rechten.

Ten slotte bestaat er veelal een misverstand over het 'progressieve' karakter van die tegencultuur uit de jaren zestig. Ook het deel van deze beweging dat bevlogen was van de 'terug naar de natuur'-romantiek van onbespoten fruit en van de Rousseau-achtige romantiek van terugkeer naar 'de authenticiteit van het ware zelf' deed één ding niet: men deed geen afstand van de technische en culturele verworvenheden die alleen dankzij de kapitalistische maatschappij binnen handbereik waren gekomen: de film en de popmuziek bijvoorbeeld. Die speurtocht naar het ware zelf kwam niet uit bij Boeddha, en zijn conclusie dat ons Ik er niet toe doet en dat onze verlossing schuilt in het inzicht dat we ons van ons Zelf moeten bevrijden. Het ego was alom aanwezig.

De dubbele droom van de *flower power generation* bestond er, overdreven gezegd, dus in om in het lommerrijke groen te zitten, joint in de hand maar omringd door de modernste hifi-stereoapparatuur met de laatste muziek op de draaitafel: 'Eight Miles High' en 'I wasn't born to follow', kortom moderne romantiek met synthesizers. En deze dubbele droom van techniek én natuur was nog niets nieuws ook.

Deze kenmerkt *the American Dream* vanaf het ontstaan van de Verenigde Staten toen Thomas Jefferson en Alexander Hamilton elkaar bestreden met hun toekomstvisioenen. Jefferson wilde een pastoraal, harmonieus Amerika – 'laat de fabrieken in godsnaam in Engeland blijven'. Hamilton wilde een industrieel, machtig, rijk en snel Amerika. Hamiltons visioen heeft het zoals we weten gewonnen, maar binnen deze wereld bleef altijd de droom van het pastorale bestaan, in sommige tijden heftiger dan in andere. Literatuurhistoricus Leo Marx heeft deze dubbele droom ooit verwoord als het streven naar 'the machine in the garden'.[20]

We kunnen zelfs nog een stap verder gaan. Waar J.L. Heldring in 2000 de huidige moraal heeft omschreven als 'nihilisme met een menselijk gezicht' waartegen een conservatieve beweging geen kwaad zou kunnen, zouden we ook kunnen spreken van een 'reactionair modernisme', ook al is dit een sterk beladen term. De historicus Jeffrey Herf heeft deze term immers gemunt om de januskop van de naziperiode te omschrijven. De grote economische en technologische progressiviteit ging toen gepaard met de sociaal- en cultureel-reactionaire wensdroom terug te keren naar het verleden, de Middeleeuwen liefst. Terug dus van de *Gesellschaft* naar de *Gemeinschaft*, terug van de anonieme maatschappij naar de organische, hiërarchische gemeenschap. Sommige waarnemers, zoals Thomas Mann, zagen in die tijd al scherp hoe dubbel het beeld was dat de nazi's uitstraalden. Tegen het einde van de oorlog schreef hij over de nazi-ideologie: 'Juist dit was het karakteristieke en bedreigende: de menging van robuuste eigentijdsheid, prestatiegerichte vooruitstrevendheid en de droom van het verleden, de hoogtechnologische romantiek.'[21]

Of de periode sinds de jaren negentig ook zo bedreigend is, moeten we voorlopig ontkennend beantwoorden. Het is ook niet zo dat in de periode die aan de jaren zestig voorafging, de tijd van de verzuiling, geen gebruik werd gemaakt van de technologie voor sociale doeleinden. Integendeel, de elites ontwikkelden hun zuilen met behulp van oude maar ook de nieuwe massamedia tot hoogwaardige communicatiegemeenschappen die met behoud van de moraal was gericht op emancipatie van de leden binnen de natie. Het verschil tussen de verzuilde tijd en de tegencultuur van de jaren zestig was dat het verzuilde Nederland van de jaren vijftig vooruit wilde, niet achteruit. Het romantische verlangen uit die gemoderniseerde samenle-

ving vol industrie en flatgebouwen terug te keren naar een pastorale, paradijselijke toestand, ontstond pas in de jaren zestig. Ook al kunnen we pas sinds de jaren negentig waarlijk spreken van een 'reactionair modernisme' – waarin de elementen technologische en economische 'modernisering' en psychologische, sociale en politieke 'reactie' met grote heftigheid op elkaar inwerken –, de dubbele droom van *The Sixties* was er de voorbode van.

Identiteit als gemeenschap

Vrijheid en veiligheid, die beide noodzakelijk zijn voor een bevredigend leven, zijn meestal niet zonder frictie met elkaar te verzoenen. Dat is in het algemeen de ambivalentie van het moderne individualisme. De januskop van de individualisering bestaat hieruit dat deze aan de ene kant de autonomie vergroot, maar aan de andere kant de onzekerheid vergroot omdat iedereen verantwoordelijk is voor de eigen toekomst en gedoemd is het leven zelf zin te geven.

Na de culturele jaren zestig waren de politieke jaren zeventig vervuld van wij-gevoelens, zowel bij de progressieve aanhangers van het kabinet-Den Uyl als bij de bestrijders ervan. In het onderzoek van historica Ilja van den Broek wordt haarfijn aangetoond hoezeer beide groepen na 1977 decennialang vervuld bleven van gevoelens van heimwee naar deze tijd, de progressieven omdat toen het geloof in een betere toekomst nog bevochten werd en omdat solidariteit in die strijd vanzelfsprekend was.[22]

Het wij-gevoel van diverse politieke bewegingen die rond 1970 opkwamen, zoals het feminisme en de slachtoffergroepen, was deels ingegeven door hetzelfde motief dat elke sociale of politieke beweging heeft: samen staan we sterker. Belangrijker was dat de leden van dit soort identiteitsbewegingen ervan overtuigd waren geraakt dat het individu-zijn voor hen niet voldoende zin aan hun bestaan gaf, wel de groep waartoe ze meenden te behoren op basis van geslacht, seksuele voorkeur of etniciteit. Hoezeer deze groepen ook op emancipatie gericht waren, fundamenteel zeiden ze weinig anders dan wat Erich Fromm in 1939 als motief ontwaarde van de Duitsers die in de crisisjaren dertig om een sterke man hadden geroepen: 'bevrijd ons van de vrijheid'[23], of wat W.F. Hermans in 1970 zei: 'Het enige geluk

is geluk in slavernij.'[24] De meeste mensen die kinderen wilden, wisten dit natuurlijk allang, dat men vrijheid moest inleveren om een groter geluk te verkrijgen. De nieuwe groepen streefden naar een situatie waarin interpersoonlijke relaties en territoriale solidariteit vaster waren omdat ze helemaal buiten het bereik van de menselijke keuze lagen. De verbondenheid van het geslacht of de etniciteit moest een permanent gevoel van gemeenschap en onderlinge trouw verzekeren.

Het werden vanaf de jaren zeventig eerder de wat ouderen dan de jongeren die hun heil zochten in deze nieuwe gemeenschappen. Zij droomden nog steeds de droom van totale vrijheid in gegarandeerde geborgenheid, maar terug naar de gemeenschap van de jaren vijftig wilden zij niet. Zij hadden vaak zelf nog de terreur van de intimiteit en de moraal gekend en ze waren eruit gebroken. En ze mochten misschien wel stiekem terugverlangen naar die geborgenheid, en ook naar die sensatie die erop volgde toen ze eruit gebroken waren, maar diep in hun hart wisten ze dat die geborgenheid, die harmonie van toen, te veel schijn en spanningen in zich had gedragen en dat – indien hersteld – er veel kans zou zijn opnieuw verlangen uit te breken uit die harmonieuze gemeenschap. Ze mochten eind jaren zestig Gerard Reve dan wel bewieroken omdat hij het taboe van de homoseksualiteit doorbrak, maar dat hij ook ging trouwen met zijn Teigetje werd al minder gevonden. En naar zijn uitspraak 'Vrije liefde is een contradictio in terminis. Liefde is altijd gebondenheid', werd nog minder geluisterd.

Derhalve waren er nieuwe vormen van gemeenschap nodig, die én voldoende veiligheid boden én voldoende bevrediging gaven aan de behoefte een bijzonder individu te zijn. De meeste mensen hadden voor de bevrediging van deze behoefte aan gemeenschap in vrijheid voldoende aan de bevrediging die werk, familie, media en de caravan op de camping boden. Of, als men meer wilde opvallen, met de aanbrenging van piercings, tatoeages, hanenkammen toe te treden tot een subcultuur met een *lifestyle* naar keuze, de meeste op cultureel en muzikaal gebied.

De meest spraakmakende en in politiek en sociaal opzicht belangrijkste groepen waren die welke een nieuwe gemeenschap baseerden op hun 'identiteit'. Precies op het moment dat de vertrouwde gemeenschappen instortten, werd de identiteit uitgevonden als surro-

gaat voor gemeenschap. Aan de universiteiten kwamen na geslaagde lobby-acties nieuwe disciplines als Vrouwenstudies, Etnische studies, Homostudies en andere slachtofferstudies. Als een lobby uitbleef, bleven ook nieuwe disciplines uit, zoals Daklozenstudies of Werklozenstudies. De kracht die deze nieuwe identiteitsgroepen in het leven riep, was niet langer de schaamte en de zelfhaat zoals uit de tijd van de Vietnamoorlog die studenten in Stanford deden uitroepen: 'Hey, Hey, Ho, Ho, Western Culture's Got To Go.'[25] De kracht lag nu vooral in het gedeelde eigen leed.

De voedingsbodem voor deze identiteitsbewegingen was het opgeven door de politiek van het idee van sociale, materiële rechtvaardigheid, en de rehabilitatie van de ongelijkheid als stimulans om de productie op te voeren en zo de economie uit het slop te halen. Met de flexibilisering van de economie beloofden de regeringen in de praktijk niet veel anders dan grotere onzekerheid voor een heleboel mensen. Door deze groeiende onzekerheid voelden steeds meer mensen zich ondergedompeld in een vloeiende en onvoorspelbare wereld waarin de individuele angst een privéprobleem werd, een resultaat van persoonlijk falen. De mensen zochten individuele redding, in een andere baan, in drugs of alcohol of bij een psychotherapeut.

Sommigen ontdekten de heilzame werking van de groepsidentiteit, als kapstok waaraan zij samen hun individueel beleefde angsten konden ophangen. Als de lotgenoten elkaar eenmaal gevonden hadden, konden de 'uitdrijvingsrituelen' aanvangen, te beginnen met het in de grond slaan van grenspalen rond het zelf vastgestelde domein. Zoals socioloog Zygmunt Bauman heeft opgemerkt, gebeurde in onze globaliserende wereld dus dat ene niet, de verdwijning van grenzen. 'Het lijkt wel of ze worden opgericht op elke hoek van de straat van elke wijk in verval van onze wereld [...] Het is pas nadat de grenspalen geplant zijn en de geweren gericht zijn op de overtreders dat de mythen van de oudheid van de grenzen worden gesponnen en de recente cultureel/politieke oorsprong van identiteit zorgvuldig bedekt wordt door de "genesis-verhalen" [...] Identiteit ontspringt op het graf van de gemeenschappen, maar bloeit dankzij de belofte van de wederopstandig van de doden'.[26]

De gezellige huiselijkheid met elkaar en met al deze doden werd, dag in dag uit, gezocht in de vuurlinie. Immers, die gedeelde identiteit betekent anders-zijn en wel uniek anders-zijn, en om die ken-

merken in stand te houden moet je je blijven onderscheiden van en afzetten tegen de rest. En bij deze nieuwe separatistische bewegingen ontbrak het aan het uiteindelijke doel van de oude verzuilde bewegingen in Nederland die ook de tactiek van 'In isolement ligt onze kracht' hadden. Immers, hun strategische doel was ingroeiing in de natie op basis van gelijkheid. De nieuwe identiteitsbewegingen verabsoluteerden de verschillen, die immers gebaseerd zijn op onveranderlijke feiten zoals geslacht, seksuele voorkeur en etniciteit.

Het grootste nadeel dat de samenleving als geheel heeft ondervonden van de identiteitsbewegingen die we vanaf de jaren zeventig hebben zien komen – de feministen, de homoseksuelen, de zwarten en de overige 'slachtoffers van de geschiedenis' – is dat ze het idee van gelijkheid hebben ondergraven. Het idee dat respect het gevolg is van inspanning verdween, het werd een aangeboren recht dat te allen tijde erkend moest worden. Terwijl eisen van materiële herverdeling uit naam van gelijkheid voertuigen zijn van gelijkheid, bevorderen claims van erkenning alleen maar afscheiding en afbraak van de dialoog. Het ging bij deze groepen meer over stigmatisering dan over geld, meer over het bestrijden bij 'de vijand' van een verkeerde geestelijke houding, dan over het rechtvaardig verdelen van kansen en bezittingen in de economie. De politiek correcte bewegingen hielden niet van het praten over geld. Alleen als het, na de ingewilligde eis van erkenning, om geld voor henzelf ging. Door die veronachtzaming van de materiële kanten van de politiek hebben ze een bijdrage geleverd aan de apathie onder de mensen met betrekking tot het toestaan van de materiële ongelijkheid die in de huidige samenleving absurde omvang heeft aangenomen, ongekend in de hele twintigste eeuw.

Net als Bauman hekelde publicist Anil Ramdas, in 1995, 'de overbodigheid van een culturele identiteit'. In navolging van de filosoof Charles Taylor erkende hij het recht van 'afwijkende culturen' op bescherming en overleving. Dat brengt de multiculturele samenleving nu eenmaal met zich mee. Maar de Nederlandse allochtonen gingen zijns inziens veel te ver in het beklemtonen van hun anders-zijn als groep. Dit werd sterk bevorderd door de overheid die de subsidiekraan wijd had opengezet voor elke activiteit die zich tooide met de vlag van etnische identiteit. Dit hield de allochtonen in het keurslijf van hun groepsidentiteit en impliceerde volgens Ramdas ook een toe-

stand van oorlog. Immers, alleen dan is de vraag belangrijk wie je bent en bij welke groep je hoort. 'In vredestijd is de vraag wie je bent en waar je vandaag komt minder interessant, en kun je je bezighouden met de vraag wie je wilt worden en waar je naartoe gaat.'[27] Met die vraag naar de toekomst wilden velen zich nu juist niet bezighouden, gevangen als zij zichzelf zetten in het gedroomde verleden.

Nostalgie als aanpassingmechanisme

Men kan zeggen dat Nederland altijd een nostalgisch land is geweest. De geschiedenis ervan begon immers met een hoogtepunt dat sindsdien nooit meer is geëvenaard: de Gouden Eeuw. Volgens historicus Niek van Sas beheerst en overschaduwt het wonder van de Gouden Eeuw de Nederlandse geschiedenis. De negentiende eeuw werd zelfs bijeengehouden door de herinnering aan deze Gouden Eeuw als nationale mythe. Ook in de Tweede Wereldoorlog boden Rembrandt en De Ruyter troost. En al is de periode rond 1900 wel de Tweede Gouden Eeuw genoemd, en de economische hausse rond 2000 de Derde Gouden Eeuw, toen het Rijksmuseum in 2000 zijn tweehonderdjarige bestaan vierde, pakte het uit met een tentoonstelling getiteld *De Glorie van de Gouden Eeuw*, de eerste dan wel te verstaan.[28]

Hoe dit ook zij, de nostalgie had in Nederland in het fin de siècle van de twintigste eeuw het karakter van heimwee, verdriet, en cynisme, zonder veel ironie of hoop. Dit gold voor de intellectuelen niet minder dan voor niet-intellectuelen. De voormalige held van het rationele denken, Rudy Kousbroek, leek weg te zinken in nostalgie naar het verloren paradijs van Indië. Wim Kayzer probeerde in een ellenlange tv-serie *Van de schoonheid en de troost* erachter te komen waar beroemde wereldbewoners hun schoonheid en troost in vonden. Maar als zij over God of het Oneindige begonnen, begon hij over Auschwitz. Ook bij de voormalige protestantse omroep VPRO is het nog steeds 'Oh Gottegottegot' als het op religie aankomt. Bij het uitblijven van een op de toekomst gerichte politieke revival, is wat overblijft een zichzelf versterkende ontroering en nostalgie. In intellectuele kring werden die ontroering en nostalgie, wellicht uit schaamte, het liefst individueel genoten. De meeste overige Nederlanders waren ook in dit opzicht de schaamte allang voorbij.

Het Griekse woord nostalgie betekende oorspronkelijk een ziekmakende heimwee. Pas in de jaren vijftig kwam het woord in het algemene spraakgebruik als een positief, plezierig gevoel over dingen en gebeurtenissen uit het verleden. Nostalgie heeft minder te maken met de afstand in tijd dan met het contrast met de gebeurtenissen en stemmingen in de eigen omstandigheden. Nostalgie komt dus altijd in de context van hedendaagse angsten, ontevredenheid, onzekerheden of snelle veranderingen in het algemeen. Nostalgie is net als het geheugen, de persoonlijke herinneringen en dagdromen onderdeel van het gevoel over wie we waren, zijn en wellicht nog hopen te worden. Het is een van die eindeloze ondernemingen om onze identiteit overeind te houden en opnieuw vorm te geven. Fred Davis heeft nostalgie omschreven als 'herinnering waar de pijn uit verwijderd is'.[29] Vandaar dat in de nostalgische verheerlijking van het verleden het plezier het ook altijd wint van de klachten over het heden. Anders spreek je van melancholie of depressie.

Nostalgie is behalve een zeer persoonlijke emotie die bijna algemeen menselijk is te noemen, ook een intens sociale emotie. In persoonlijke zin is het gevoel van nostalgie het grootst in die levensperiodes die van ons de grootste veranderingen eisen in de identiteit, zoals van kind naar puberteit, van adolescentie naar volwassenheid, van vrijgezel naar getrouwd, van kinderloos naar het gezin, de overgang naar de middelbare leeftijd, van werknemer naar werkloos of gepensioneerde, van getrouwd naar gescheiden, van echtgenoot/echtgenote naar weduwe/weduwnaar, van ouders naar grootouders.

Als sociologisch sentiment drijft nostalgie ook op de veranderingen waar de geschiedenis voor zorgt. Veranderingen die zo snel gaan of bedreigend zijn dat de mensen een gevoel van onbehagen krijgen, maar niet zó snel of zó bedreigend – oorlog, economische crisis, natuurramp – dat men alle zeilen moet bijzetten om te overleven en niet psychotisch of getraumatiseerd te worden. Nostalgie wapent ons juist tegen de overval door dergelijke heftige psychologische reacties. Nostalgie is een aanpassingsmechanisme dat tot doel heeft de continuïteit van de identiteit zonder al te grote schokken te waarborgen. Nostalgie viert het verleden, vermindert de kracht ervan en vormt het om zodat we beter tegen het heden kunnen. In sociaal opzicht is het dus in het algemeen eerder een conservatieve dan een progressieve kracht, maar dat neemt niet weg dat diverse radicale groepen ook

door nostalgie kunnen worden voortgedreven. De tegencultuur van de jaren zestig was al een voorbeeld van het verzet tegen de voortgaande 'onttovering van de wereld'. De politiek-radicale groeperingen die vanaf de jaren zeventig het toneel zouden bestormen om erkenning te eisen van hun 'identiteit' waren niet minder aangespoord door de nostalgie naar een verloren gemeenschap.

Rond 1970 verwierp de politiek-utopische vleugel van Nieuw Links en wat zich ter linkerzijde daarvan bevond de nostalgie als 'vals bewustzijn en zelfbedrog', als een bewuste poging van 'het establishment' om de mensen van de revolutie af te houden. Maar hun eigen denken was gebaseerd op een volstrekt ouderwets concept van het romantische leven 'in de buurt', gebaseerd op aan de literatuur ontleende beelden over het proletarische leven voor de Tweede of zelfs Eerste Wereldoorlog. In de woorden van schrijver Tom Wolfe: 'Het was alsof al deze kleine lord Byrons een hopeloze nostalgie hadden naar het proletariaat van rond 1910, de Mijnwerkers met de Smerige Gezichten Tijd. Men vergat de werkelijkheid, en die werkelijkheid was dat tegen 1968 de echte hardcore straatjongeren in de achterbuurten niet van die geblokte flanellen overhemden droegen en laarzen en jacks uit de dumpwinkel. Zij droegen de James Brown-look, zagen er scherp uit. Als je een van die mottenballen-studenten aan hen zou laten zien – zouden ze moeten overgeven.'[30]

Het politieke en maatschappelijke leven bepaalt de mate van nostalgie, en die varieert per groep. De grote veranderingen van de jaren zestig en begin jaren zeventig waren voor de meeste mensen aanleiding voor nostalgie. Dit uitte zich bij verschillende groepen mensen op verschillende wijze. Ouderen mochten tijdens de oliecrisis van 1973 weemoedig terugkijken naar de tijd dat men nog zorgeloos kon rondtuffen, maar velen van hen keken verbijsterd toe als ze zagen dat jongeren vlooienmarkten afstroopten en met letterbakken thuiskwamen uit de verdwenen zetterijen, of met de oude koffiemolen die ze zelf zojuist hadden vervangen door een elektrisch apparaat.

De gedrevene van de jaren vijftig maakte na 1960 plaats voor de ironische mens. De *homo ludens* was een geestige figuur. De vederlichte nostalgie van rond 1960 over de voorbije tijd was dan ook bijna schaamtevol van aard – *Ach ja, de jaren vijftig.* Maar de ironie nam af in de golf van nostalgie die in de jaren zeventig over het land spoelde, en veel andere delen van het Westen. De media speelden handig

en op grote schaal in op de behoefte een wereld te zien die er niet meer was. De komische helden van de jaren twintig, Charley Chaplin, Buster Keaton en Laurel en Hardy, werden weer razend populair. De bioscoop bracht de ene na de andere film die de kijker terugvoerde naar 'het mooie verleden', vaak overdekt met een laagje humor: *Keetje Tippel*, *American Graffiti*, *The Sting*, *Bonnie and Clyde*, waarbij sommige films ook qua vormgeving bewust nostalgie moesten oproepen zoals in de zwart-wit uitgevoerde film *The Last Picture Show* en de in sepiakleuren gedoopte film *Butch Cassidy and the Sundance Kid*. Op televisie kwamen naast de herhalingen van oude films en comedy-series nieuwe series die het oude, huiselijke gevoel moesten aanspreken: *The Waltons*, *Bartje*, *Dagboek van een herdershond*, *Dad's Army*, *Een mens van goede wil*, om slechts de bekendste te noemen.

Nostalgie werd vanaf de jaren zestig een vast onderdeel van de moderne tijd die gekenmerkt wordt door permanente economische en sociale verandering, met een sterke nadruk op de materialistische eisen van het kapitalisme. Het kapitalisme vereist niet alleen elke dag aanschaf van andere spullen, het legt hierbij ook de nadruk op jeugd, schoonheid, gezondheid en succes die de aanschaf van nog meer spullen vereisen. Men kan dus zeggen dat nostalgie een logische menselijke reflex is tegen de dynamische ontevredenheid die het moderne kapitalisme eigen is.

Dat het kapitalisme de bevrediging van deze behoefte aan nostalgie ook weer ter hand nam, spreekt vanzelf. De sprookjes uit de negentiende eeuw werden in de vorm van Walt Disney-films de grootste kaskrakers van de laatste decennia van de twintigste eeuw. In deze nostalgie-industrie paste natuurlijk ook de oprichting, vanaf 1970, van tempels voor het plezier en schoonheid uit het verleden dat nooit had bestaan, de Disneyland-paradijzen die in de afgelopen tijd ook her en der in Europa zijn gevestigd. Ze voeren de kinderen, maar ook opmerkelijk veel volwassenen, terug naar het dorpsplein van weleer, naar de tijd van boze heksen en onschuld. Hier is de nostalgie geheel en al gefictionaliseerd. Hier is, in de woorden van Baudrillard, de nostalgie een 'leeg teken' geworden die geen enkele relatie meer heeft met de voorbije werkelijkheid maar alleen 'een goed gevoel' over het verleden moet geven.

Immers, waar het landschap van de collectieve nostalgie vroeger

voornamelijk bewoond werd door reële mensen, plekken en gebeurtenissen, wordt dit nu medebewoond door iconische tv-beelden over beroemde mensen en gebeurtenissen van vroeger en door fictionele mediacreaties. Wat nu de verhouding is tussen de nostalgie naar persoonlijke, generationele of nationale gebeurtenissen uit het verleden en de nostalgie naar de fictie die het betere verleden moet symboliseren, is niet precies te zeggen. In het steeds ruimer wordende huis van de nostalgie blijkt voor beide meer dan genoeg plaats. De eindeloze herhaling en recycling van iconische tv-beelden en de even eindeloos lijkende stroom nieuwe tekenfilms en sprookjesachtige pretparken schept de nostalgie in karrenvrachten voor de deur.

Hadden de Nederlandstalige levensliederen uit de jaren vijftig en zestig vaak nog een vrolijke noot, zoals in 'Tulpen uit Amsterdam' of 'Bij ons in de Jordaan', in de Nederlandse levensliedcultuur van de jaren negentig was humor, zelfs milde ironie, ver te zoeken. Mensen stonden in lange rijen voor de winkel als zangers als Marco Borsato en Frans Bauer een nieuwe cd hadden uitgebracht. Van Bauers 'Op rode rozen vallen tranen' werden binnen een mum van tijd 400 000 exemplaren verkocht, van 'De waarheid' van Borsato ongeveer hetzelfde aantal.[31] Ook op het podium vierden deze zangers de grootste successen. Zij moesten in aantal toeschouwers alleen Tina Turner en The Rolling Stones voor laten gaan, maar andere buitenlandse beroemde musici, van Michael Jackson en Bon Jovi tot Bryan Adams en Sting, trokken minder toeschouwers dan Nederlandse bands als Bløf, De Dijk en De Kast.[32] Dit was reden voor de band Doe Maar, die begin jaren tachtig de revival van de Nederlandstalige popmuziek had ingeluid, om in 2001 een lucratieve eenmalige serie optredens te verzorgen in de Ahoy'. De enorme aanhang zwaaide nu niet meer met aanstekers maar hield mobiele telefoons in de lucht, om de familie thuis ook te laten meegenieten.[33] Dat na de eerste successen van Doe Maar, en ook Toontje Lager, de Nederlandstalige popmuziek na 1985 naar de achtergrond verdween, kunnen we bijna geheel wijten aan de komst van de Amerikaanse muziekzender MTV, die tot circa 1990 wereldwijd dezelfde Engelstalige muziek uitzond. De komst van de Nederlandstalige muziekzender TMF begin jaren negentig veranderde dit pas. Nu kon de Nederlandstalige muzikale nostalgie weer met versterkte kracht een vervolg geven aan 'het Doe Maar-gevoel' van verliefdheid, liefdesverdriet en 'Is dit alles?'.

Romantische en nostalgische films en musicals trokken vele miljoenen meer toeschouwers dan vechtfilms of sf-films. *Titanic*, *Dances with Wolves* en *The Lion King* trokken respectievelijk 1,7, 2,4 en 2,4 miljoen bezoekers. De film over smartlapzanger André Hazes *Zij gelooft in mij* trok het voor een documentaire ongekende aantal bezoekers van 150 000.[34] De commerciële romantische musicals – Van *The Phantom of the Opera* tot *42th Street* – trokken samen een miljoenenpubliek. Ook nog levende helden van de populaire cultuur van gisteren werden gevierd in nostalgische musicals zoals over *Abba* en *Willeke – de musical.*[35] Zelfs opera's beleefden een grote comeback, op voorwaarde dat er veel spektakel te zien was, zoals in *Carmen* en *Aida.* Ook al was bij *Aida* het geluid in de Arena slecht, en was er uit de verte weinig te zien van wat zich op het podium afspeelde, het was binnen een uur uitverkocht.[36]

Camp en kitsch

De nostalgie werd door sommigen, vooral de ironische intellectuelen, overgoten met de aloude saus van camp en kitsch, die beide uitgevonden lijken te zijn om zichzelf meester te kunnen blijven wanen over het eigen gevoel, en tegelijkertijd zich te onderscheiden van anderen. Kitsch is een verdedigingswal tegen de confrontatie met het eigen innerlijk. In de kunstwereld was de combinatie kitsch-geld-publiciteit vanaf 1990 een aanvaard uitgangspunt geworden toen het Stedelijk Museum het varkentje van Jeff Koons, *Ushering in Banality*, voor bijna een kwart miljoen gulden aanschafte. In het noorden werd het hele nieuwe Groninger Museum een uiting van de postmoderne, op welvaart en verveling gebaseerde gedachte dat kunst vooral gaat om afwisseling en verrassing. Het waren even wanhopige als baatzuchtige buigingen voor de tijdgeest. Wie met de tijdgeest trouwt, is gauw weduwe, zo voorspelde kunstcriticus Paul Depondt voor het lot van deze modieuze kunstuitingen.[37]

De behoefte aan camp en kitsch was in veel ruimere kringen dan de kunstwereld zeer zichtbaar. Tv-programma's als *Glamourland*, de *Mini-Playbackshow* en het *Eurovisie Songfestival* werden niet alleen door de homoseksuele subcultuur, die al veel langer dol was op camp, gewaardeerd. Half Nederland keek er weer naar, in een mengeling

van ontroering en vermaak over de belachelijkheid ervan. In menig interieur was 'de ijstijd' van witte kunststof begin jaren negentig al vervangen door meer tropische inrichting, veel pastel, veel hout. Daarna begon de mode om heiligenbeelden, die in grote ladingen uit kerken in Oost-Europa werden gehaald, in het raamkozijn te zetten, als opvolger van de rage van de goedwillende ganzen in de jaren tachtig. In 1995 waren de beelden van vooral Maria niet aan te slepen.[38]

Maar met die nieuwe 'campy' Mariaverering in de laatste jaren voor 2000 leken velen toch, tegen eigen wil in, over de drempel gesleurd te worden van de haha-kijk-ons-eens-lachen-emotie naar echte ontroering. De musical over Abba was bedoeld als ironie, maar de toeschouwers voelden toch vooral een geamuseerd soort heimwee, aldus kleinkunstjournalist Henk van Gelder.[39] De musical over Willeke Alberti was bedoeld als ironie, maar bleek bij de toeschouwers vooral nostalgie en bewondering te wekken. Willeke kreeg, gezeten in de koninklijke loge, een donderend applaus bij de première in 1995. En zo had auteur Hans de Wolf het ook bedoeld, als eerbetoon aan haar repertoire en aan 'de *struggle for life* van de vrouw achter de artieste'.[40]

Bij de dood van de Zangeres zonder Naam in 1998 was hetzelfde te bespeuren, meer oprecht mededogen en bewondering dan camp. Net als Johnny Hoes was zij in de jaren vijftig verguisd als een ordinair restant uit de crisistijd. De Vara verbood destijds platen van hen te draaien. In haar autobiografie zegt ze: 'Mijn stem had kennelijk iets mysterieus en omdat ik weinig op de radio te horen was en voor geen enkel televisieprogramma werd gevraagd, werden er over mij allerlei verhalen verzonnen en ook geschreven. Ik zou een gehandicapte vrouw zijn en in een rolstoel zitten. Ik had volgens veel mensen een houten been en ik was blind. Er werd gezegd en geschreven dat ik nog maar een meisje van 14 was.'[41] De gelijkenis met Maria en Bernadette van Lourdes dringt zich hier op. Al werd Mary Servaes door 'volksschrijver' Gerard Reve in 1969 aan het volk gepresenteerd als de nieuwe moeder van het volk, naast koningin Juliana dan, en werd ze al snel 'een nichtenmoeder', haar platen werden door veel meer mensen gekocht want er gingen er in totaal maar liefst 16 miljoen van over de toonbank. Bij haar dood werd ze ook door de intellectuelen, die inmiddels ook Johnny Hoes hadden ontdekt, zonder aarzeling bewierookt. Zo schreef Martin Schouten in *de Volkskrant*: 'Ze gunde de

luisteraars alle ruimte om hun eigen verdriet onderdak te geven in haar blanco voordracht. Ze metselde haar liedjes niet dicht met voorgekookt gevoel en dat maakt haar werk goed.'[42] Bij haar begrafenis in 1998 vroeg tv-bekendheid Willibrord Fréquin als voorganger de drieduizend fans die naar Stamproy waren gekomen om een allerlaatste applaus 'dat Mary in de hemel moet kunnen horen'. Het werd een minutenlange staande ovatie voor de koningin van het levenslied. Haar opvolgster, Marianne Weber, zong op verzoek van de overledene een van haar zelfgeschreven liederen, getiteld 'Mijn Leven'.[43]

De Zangeres zonder Naam en Willeke Alberti, samen omspannen ze de halve eeuw die in dit boek centraal staat. In de jaren negentig werden zij, na lange jaren van bespotting door velen, nationale symbolen, naast vrouwen als Juliana en Beatrix, Mies Bouwman en Annie M.G. Schmidt. De twee vorstinnen waren *hors concours* symbool van de natie. Maar waar de laatste twee symbool waren voor respectievelijk de geëmancipeerde, succesvolle en rebelse vrouw, leken Willeke Alberti en Mary Servaes symbool geworden voor lijden en worsteling, en goed voor een intens gevoel van nostalgie.

Het wankele gebouw van de identiteit

Als er een symbolische ontwikkeling gegeven moet worden voor de afgelopen halve eeuw, lenen een paar uitspraken van Willeke Alberti, in gesprek met journalist Frénk van der Linden in 1995, zich hier goed voor. 'Eind jaren vijftig leefde het variété nog: je trad op na een messenwerper, Bassie en Adriaan, buiksprekers of Red Girl, het vrouwtje dat zich dubbel kon vouwen. Dwars tegen het rumoer in hield je je staande. Het doet er niet toe waar men mij neerpoot – ik red me wel.' Over haar heden zei ze: 'Eigenlijk komt het erop neer dat mijn volwassenwording pas op m'n veertigste is begonnen – na de dood van mijn vader. Ondanks mijn huwelijksproblemen was ik altijd een zieltje zonder zorg. Omdat ik altijd dat vangnet had: pa. Ik was zijn zondagskind, voor mij moest het leven één groot speelkwartier zijn. Misschien is het goed dat daaraan een eind kwam – hoe eng het ook mag zijn, alleen in de boze wereld.'[44]

Salman Rushdie noemde, zoals we aan het begin van dit hoofdstuk zagen, de moderne identiteit 'een wankel gebouw dat wij optrekken

uit brokstukken, dogma's, wonden uit onze jeugd, krantenartikelen, toevallige opmerkingen, oude films, kleine overwinningen, mensen die wij haten, mensen die wij liefhebben'.[45] Zoals we zagen huisde in dit gebouw ook de dubbele droom van vrijheid en geborgenheid. Het wankele gebouw ging ook de eenentwintigste eeuw in, maar op vele plekken was het gebouw geblutst en verzakt. Er waren steeds meer steunbalken nodig om dit droombouwsel overeind te houden.

Na de overbeklemtoning van de droom van de vrijheid in de jaren zestig tot en met tachtig werd vanaf de jaren negentig met toenemende felheid getracht die andere droom weer gestalte te geven. De nostalgiegolf én de massamanifestaties en pretfestijnen duidden erop dat al die extra zenders op de televisie en al die extra sloten op de voordeur niet genoeg waren om deze behoefte te bevredigen. Het 'ik red me wel' van Willeke Alberti was voor velen niet het kenmerkende gevoel van rond de eeuwwende. Het 'alleen in de boze wereld'-gevoel wel. Voor die zelfontplooiing in vrijheid en veiligheid had men ook in fysieke zin andere mensen nodig. Het 'wij-gevoel' bleek noodzakelijker dan ooit.