

**DE
GELUKSMACHINE**

FRANK MULDER

UITGEVERIJ KOK - UTRECHT

© 2015 Uitgeverij Kok
Postbus 13288, 3507 LG Utrecht
www.kok.nl

Omslagontwerp Patrick Staal
Foto auteur Corbino.nl
Opmaak binnenwerk ZetSpiegel, Best
ISBN 978 90 435 2538 1
ISBN e-book 978 90 435 2539 8
NUR 728

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

1

HYPERREALITEIT

Hoe een steeds groter deel van ons leven zich afspeelt in een kunstmatige werkelijkheid die erop gericht is om het ons continu naar de zin te maken.

Schuin achter de buschauffeur, waar ik met hooguit een beleefd knikje langs ben gebleept, zit een vrouw van middelbare leeftijd te candycrushen op haar telefoon. De chauffeur hangt verveeld onderuit, de radio zachtjes aan. Hij rijdt zijn vaste route, uur in, uur uit, met op een klein schermje de volgende halte met het bijbehorende tijdstip en uit de speaker een ingesproken vrouwenstem die de passagiers correct meedeelt hoe de volgende straat heet. De chauffeur kijkt de instappende passagiers niet aan, en zij hem niet. Ze houden hun ogen gericht op de paal naast hem die tot op de cent nauwkeurig berekent hoeveel er van hun tegoed moet worden afgewaardeerd. Ieder persoon z'n eigen cijfertje. Terwijl ik m'n oordopjes indoe om weg te zakken in mijn muzikale cocon, vraag ik mezelf af of iemand het doorheeft als op een dag ook de chauffeur zelf wordt vervangen door een computer.

Techniek is ons leefmilieu geworden, onze biotoop. We staan er vaak niet bij stil hoe radicaal we onze natuurlijke en sociale omgeving aan het mechaniseren zijn. In de cocon van de muzikspeler in de bus, of in de cocon van onze geklimatiseerde auto, gaan we naar ons werk of onze opleiding, waar we onder tl-licht achter een scherm zitten te werken en aanmaakkoffie drinken die niet wordt gemaakt door een juffrouw, maar door een machine. Met onze ogen gericht op de laatste berichtjes op onze telefoon lopen we door

het winkelcentrum, waar synthetische kleding wordt aangetoond door paspoppen in glimmende etalages waar het zonder de elektrische beats maar een saaie bedoening zou zijn.

Ons leefmilieu is in niets meer te vergelijken met dat van onze voorouders. De natuur is teruggedrongen. Als het onbewolkt is, loop ik 's avonds wel eens een paar stappen de deur uit, vanuit een soort oerinstinct om even de Melkweg te zien, maar het enige dat ik zie is de permanente schemer van het strooilicht uit de stad. Ik woon aan een plein in een betonnen jarenvijftigwijk. Daar is zo veel asfalt en steen, dat zelfs de vogels er hun snavel houden. Als ik dat aan mensen vertel, kijken ze me meestal meewarig aan. Maar ik vind het nogal wat dat we wijken hebben waar je geen sterren meer kunt zien en geen vogels meer hoort fluiten. Het enige dat erop lijkt is het lichte fluitje van een binnenkomend sms'je.

Het viel me eigenlijk pas echt op toen ik een keer naar een ontwikkelingsland was geweest en voor het eerst weer voet op moderne bodem zette. Terwijl ik over de lange rolbanden van Schiphol gleed, zag ik overal om me heen muren, vloeren, hekken en etalages van plastic, spiegelglas, aluminium en staal. Alles was kunstmatig, alles was blinkend en glad, alles rook steriel. Ik kwam net uit een land waar alles rauw is. Op straat stinkt het, er ligt stof en poep en de huizen zijn gemaakt uit ruwe steen of stukken hout. Op de markt liggen wortels, uien, fruit, zakken meel en lappen vlees. In de supermarkten bij ons liggen, in witte winkels met perfecte verlichting, 23 verschillende soorten chips, met mooi vormgegeven zakken in nette vakken uitgevuld, waar behalve aardappel en olie nog tien andere ingrediënten in zitten, grotendeels artificieel. Natuurlijke worteltjes liggen er ook, maar dan wel geschraapt en gesneden, voorgewassen en verpakt in cellofaan.

Dat beïnvloedt natuurlijk ons beeld van de werkelijkheid. Om even bij die worteltjes te blijven: wie altijd boodschappen doet in de Albert Heijn gaat onbewust in de veronderstelling leven dat alle worteltjes dezelfde maat hebben en schoon uit de grond komen. Vandaar ook de teleurstelling van sommige mensen als ze zien wat voor modderige, gebochelde peentjes ik uit mijn moestuin haal. Doe vandaag maar die gewone wortels, uit de winkel, zeggen ze dan, die voorverpakte, die zijn lekker.

Techniek doet dus meer dan taken overnemen, zoals koffie zetten of kleren wassen. Techniek wordt ons milieu. Het is het water dat we drinken en de lucht die we inademen. De apparaten scheppen een wereld waar we bijna in kunnen leven, waar we onze kennis vinden en onze relaties vormgeven, door het journaal te kijken, familiefoto's op Facebook te zetten en te whatsappen met vrienden. Voor een recept kijken we op google en als we willen weten hoe het gaat met de economie, kijken we naar een talkshow waar economen zich buigen over de groeicijfers die uit hun computerprogramma's zijn gerold. En als we in de bus stappen, betalen we met een apparaat dat in verbinding staat met een centrale computer die onthoudt waar we zijn in- en uitgecheckt.

Deze technische ruimte wordt groter, dieper en intenser en grijpt steeds meer in ons leven in. Met de smartphone kunnen we permanent in contact staan met heel veel mensen tegelijk, en als je de goede apps installeert ook met onze thermostaat, de lampen en de babyfoon op de kinderkamer. Voor veel volwassenen is dit nog optioneel, een toevoeging aan hun gewone leven, maar er is een generatie jongeren aan het opgroeien voor wie de *cloud* is wat vroeger het schoolplein was. Scholieren zitten een groot deel van de dag permanent op de chat. Ze pluggen in zodra ze wakker worden en stappen in een conversatie die dan al volop is losgebarsten en die doorgaat tot diep in de nacht. Het is een virtuele realiteit geworden

die een nieuwe laag vormt boven de tastbare werkelijkheid. Onderwijsvernieuwers hopen ook steeds meer lessen naar deze nieuwe virtuele ruimte te verplaatsen.

We denken vaak dat virtuele ruimte nep is, maar dat is niet waar. Het is echt een ruimte die bestaat, waar relaties worden beleefd en wordt gecommuniceerd. Maar het is een ruimte waar wel een scherm tussen zit. We worden steeds vaker afgeschermd door mensen, noemt filosoof Ad Verbrugge dat. Het leven in de technische biotoop maakt volgens hem de relatie met de natuurlijke werkelijkheid 'lichter'. We komen verder af te staan van de grond, de aarde en de natuur waar onze economie op is gebaseerd. Ontlijving, noemt Verbrugge dat. Ook onze relatie met andere mensen wordt minder tastbaar en lichamenlijk, wordt digitaal.

Ik zit dit hoofdstuk te schrijven aan een tafeltje in de Hema. Voor me zit een meisje van een jaar of zestien, met haar ouders aan tafel. Ze hebben in het afgelopen kwartier niets tegen elkaar gezegd. Het meisje zit voorovergebogen over haar tablet. Zij bevindt zich in een andere ruimte dan haar vader, die met zijn mobiel zit te spelen en zich misschien wel ergens op nu.nl bevindt of in zijn angry birds-app. Het is een ruimte die bestaat uit beelden. Moeder kijkt verveeld uit het raam. Het ziet er niet uit of ze het gezellig hebben samen. Het ziet er niet naar uit dat er überhaupt een samen is. Ze zijn samen met anderen, in een ruimte die je niet kunt voelen als je geen scherm hebt.



De Franse filosoof Baudrillard bedacht in de jaren zeventig het woord hyperrealiteit. Boven-realiteit, letterlijk. Het is een geconstrueerde wereld, een wereld die is gemaakt als simulatie en verbetering van de natuurlijke werkelijkheid. Het is geen neprealiteit,

integendeel, het is hyper, het is echter dan echt, in die zin dat onze zintuigen veel meer beleven.

Baudrillard kende Instagram en Google nog niet, maar zag al wel dat de moderne maatschappij een beeldmaatschappij was geworden. We zijn geen mensen meer van woorden en verhalen, maar van beelden, van design, van foto's en van films. We hebben hoogleraren op universiteiten die berekenen wat de beste vormgeving is en bij welke lettertypes wij het snelst geneigd zijn om een folder of website te lezen, en daardoor worden we continu gebombardeerd met mooie, doordachte, gemaakte en geconstrueerde beelden. Een beeld is iets kunstmatig, dat wil zeggen, gemaakt door mensen. Dat neemt niet weg dat het naar een reëel object kan verwijzen. Een aantrekkelijk gefotoshopte foto van een kop koffie op een billboard verwijst naar echte koffie waarvan je de bitterzoete smaak kan voelen in je keel.

Toch is in onze samenleving het beeld langzaam steeds meer een eigen leven gaan leiden, aldus Baudrillard. Het reële object waar een beeld naar verwijst, komt steeds verder weg te liggen. Het Balinese strand in de folder is witter dan het oorspronkelijke strand in Bali, en de arme vissers met gescheurde spijkerbroek zijn weggeretoucheerd. Dat lijkt misschien volksverlakkerij, maar dat is niet helemaal waar, want er zijn intussen resorts gebouwd die de folder proberen na te doen en zelf palmbomen hebben neergezet op het witte strand, om de perfecte tropische beleving te creëren. (Geloof het of niet, maar ik ben een keer in zo'n resort geweest. Geen Balinees te zien, natuurlijk. Die zaten wel een eind verderop, te vissen tussen de rotsen. Met een van die gasten ben ik nog achterop de brommer gesprongen, mee naar zijn hutje, waar ik op de grond een portie rijst kreeg uit een bananenblad. Ik kan me zo voorstellen dat het resort intussen ook dat soort hutjes heeft neergezet, om alle toeristen de kans te bieden op deze authentieke experience, maar dan wel

meteen in traditionele kledij uiteraard, en met voorgekookte rijst zodat niemand aan de race hoeft te raken – wat bij mij helaas nog wel het geval was.)

Op het billboard van het koffiemark zien we tegenwoordig niet eens een kopje koffie meer, maar een mooi gekamde, nonchalant en ietwat sarcastisch kijkende George Clooney. Hij drinkt dan wel koffie, maar daar gaat het niet in eerste instantie om. Het beeld verwijst veel meer naar een bepaalde smaakvolle, zelfbewuste mannelijkheid dan naar het goedje dat we in onze keel kunnen gieten. En interessant genoeg maakt 't het bedrijf dat de reclame maakt heel weinig uit of dit goedje nog wel koffie is. Veel belangrijker is de verkoop van dure cups met interessante smaakjes voor mensen die het belangrijk vinden dat hun keuken er gestroomlijnd uitziet en hun koffiezetapparaat blinkend en aerodynamisch willen hebben omdat ze smaakvolle, zelfbewuste mensen zijn. Dat Clooney zelf beweert dat hij niet eens van koffie houdt, voegt alleen maar toe aan zijn aura van coolheid.

Reclame is natuurlijk maar een voorbeeld van een hele wereld aan beelden die we hebben gecreëerd en die we media noemen. Steeds meer activiteiten zijn gemedieerd, bemiddeld, door technologie. We denken dat media een bril op de werkelijkheid vormen, maar volgens de meeste filosofen is niet zo. Media, letterlijk de middelen, zijn werkelijkheid geworden. Ze hebben een eigen leven, een eigen inhoud, en soms verwijzen ze niet meer naar een origineel in de natuur maar zijn ze een realiteit, de realiteit zoals wij die zouden willen zien. En daar stemmen wij ons leven vervolgens weer op af. Glossy tijdschriften zetten mooie vrouwen op de voorkant, maar vervolgens gaan vrouwen (en mannen) zich vergelijken met dat beeld, en laten ze zich erdoor leiden in wat ze wel of niet mooi vinden. Mensen volgen de media, in plaats van andersom.

Op tv kijken we naar allerlei series over het sociale leven van groepen jonge mensen, in Californië, New York of Nederland, die mooi zijn en vrij, uit eten gaan en feesten, one night stands hebben en toch ontzettend goed met elkaar bevriend zijn, kortom, het leven leiden zoals we allemaal ten diepste zouden willen. Ik ben niet op al die plaatsen geweest, maar ik durf toch te beweren dat zo'n groep in de realiteit niet bestaat. De meeste vriend(inn)engroepen die ik heb ontmoet zijn niet én grappig én knap én rijk én in staat om onbezorgd bevriend te blijven nadat ze seks met elkaar hebben gehad. En toevallig weten we dat de hoofdrolspelers in deze series inderdaad wel rijk zijn, maar meestal niet al te gelukkig in de liefde en ook niet zo onbezorgd door het leven gaan. Toch beïnvloedt het onbewust ons beeld van het goede leven waartegen ons leven maar armzalig lijkt.

Sociale media hebben ook een belangrijke invloed op ons beeld van het goede leven. Een kennis van mij heeft 831 vrienden, geeft iedere dag updates met gevatte reacties, post altijd leuke grappen of video's, vertelt over haar interessante baan en plaatst achteloos jaloersmakende foto's van haar reisjes naar Barcelona, Canada, Gambia en Rome waar ze als fotomodel voor de Taj Mahal, de Spaanse trappen of andere begerenswaardige locaties poseert met haar al even begerenswaardige vriend. Haar leven is ideaal, althans, op social media, want toevallig weet ik dat ze soms dood wil. Maar goed, dat kan ze moeilijk op Facebook zetten. Op Facebook construeer je je identiteit zoals je wil dat die is en niet zoals die in de aardse realiteit is. In werkelijkheid heb ik misschien een dikke pukkel op mijn neus, maar ik heb er geen enkel belang bij om die in de etalage te zetten. Maar als iedereen dat doet, als alle twee miljard profielen op Facebook nu eens zelf geconstrueerd zijn, terwijl ze tegelijkertijd wel de wereld vormen waarin wij ons begeven en waarin we sociale interacties beleven, dan kun je je afvragen of de maatschappij niet steeds verder van de tastbare werkelijkheid komt af te staan.

Nu kun je tegenwerpen dat ik het veel te negatief inkleur. Met Facebook kun je ook iemand leren kennen uit een land waar je anders nooit zou zijn geweest. En zo zijn er veel meer technieken die ons kunnen helpen om beperkingen te overwinnen en daardoor meer uit de werkelijkheid te kunnen halen. Maar ik ben benieuwd wat het betekent dat we steeds meer beperkingen kunnen overwinnen. Is het simpelweg zo dat we de wereld aan het ontplooiën zijn?

De Italiaanse schrijver Umberto Eco vindt van niet. Volgens hem kunnen we niet goed leven met de beperkingen van de tastbare wereld. De hyperrealiteit is een poging om dat te verbeteren. De virtuele wereld moet dus zo echt mogelijk lijken, nog echter dan de echte wereld. Zijn bekendste voorbeeld is Disneyland, een plaats waar fantasie werkelijkheid is geworden en waar het *happy end* voor iedereen te beleven is. De tocht over een geïmiteerde Mississippirivier, met nepkrokodillen, is een fantastische belevenis. Maar als Eco vervolgens een rondvaart maakt over de echte Mississippi, steekt dat eigenlijk hartstikke saai bij Disneyland af, want de echte krokodillen zijn moeilijk te zien. Disneyland belooft puurheid, the *real thing*, een echte ervaring. Maar achter de façade, zegt Eco, zit een bedrijf dat bezoekers alleen maar wil verleiden zo veel mogelijk geld uit te geven.

Eco doet ook een rondgang langs een paar Amerikaanse kunstmusea. Amerika heeft zelf natuurlijk niet veel oude Europese kunst, maar sommige musea hebben toch iets gevonden om de bezoeker een historisch gevoel te geven: namaakkunst. Het toppunt van hyperrealiteit is een kamer waar Het Laatste Avondmaal van Leonardo Da Vinci is nagebootst met wassen beelden. Bij het binnengaan roept de omroeper, tot grote hilariteit van Eco, dat de mensen zich moeten opmaken voor de indrukwekkendste religieuze ervaring van hun leven. Het is zo goed nagemaakt, daar haalt de werkelijkheid het niet bij.

Dat het doel uiteindelijk commercieel is, heb je in een wassenbeeldenmuseum of in Disneyland misschien nog door, maar de mensen in de film *The Matrix* hebben dat niet. De mensen daar liggen in een soort couveuse, waar robots hun lichaamsenergie opslurpen, maar hun ervaring speelt zich volledig af in een virtual reality. Wat zij als realiteit beschouwen, is slechts een projectie. Het is geen toeval dat de hoofdpersoon van deze film, Neo, op een gegeven moment een boek uit de boekenkast pakt over hyperrealiteit, met de titel *Simulacra and Simulations* van niemand minder dan Jean Baudrillard.



Er zijn mediafilosofen die vinden dat Baudrillard en Eco uit hun nek kletsen, en de makers van *The Matrix* al helemaal. Alles is projectie, zeggen ze, je kunt helemaal geen scheiding maken tussen wat echt is en wat nep is. Alles komt tot ons via beelden en indrukken. Ook als we een boom zien, zien onze hersenen een beeld van een boom, en je weet nooit helemaal zeker of die boom in realiteit bestaat. Het kan ook een nepboom zijn, of misschien ben je wel dronken. We hebben alleen maar indrukken van de realiteit, die indrukken zijn dus onze realiteit. Mijn gezonde boerenverstand zegt echter dat de filosofen dat best mogen zeggen, maar dat we er niet onderuit kunnen dat sommige indrukken authentieker zijn dan andere. Sommige beelden zijn waarheidsgetrouwer. In onze wereld overheersen steeds vaker de beelden die zich richten naar onze verlangens, kortom: die ons een lekker gevoel geven. Dat is een criterium dat ik niet helemaal vertrouw, omdat er daardoor een eenzijdigheid insluipt.

The Matrix doet alsof de hyperrealiteit puur schijn is, een valse wereld, en dat je er dus uit moet. Ik zie dat anders. Het is niet schijn, het is deel van de échte wereld – het is alleen wel een reali-

teit die bewust is geconstrueerd om beter te zijn dan de weerbarstige werkelijkheid om ons heen. De hyperreële wereld wil ons voorzien van permanent gemak en comfort, van bevrediging van onze verlangens.

Ik vat de hyperrealiteit breed op, in dit boek. Het gaat me niet alleen om media. Ik vind het een mooie metafoor voor een groot deel van het leven in de technologische maatschappij. Er ligt een mooi vormgegeven laag bovenop de weerbarstige werkelijkheid, om ons te bevrijden van de grenzen van tijd en ruimte. Het moet beter en echter zijn dan de natuurlijke wereld. Vrouwen in tijdschriften worden mooier en dunner, met dank aan Photoshop. Maar ook de vloer in je woonkamer kan hyperreëel zijn, als je namaakhout hebt. Dat is veel makkelijker te leggen en schoon te maken, maar de houten uitstraling is nog mooier dan bij natuurhout. En als ik het pakje bekijk van de kaaspizza die ik vanavond ga eten, zie ik dat daar niet eens kaas in zit, alleen maar nepkaas, gemaakt van palmolie. Het is lekker goedkoop maar geeft toch de beleving van kaas! Om de calorieën er weer af te trainen, stap ik op de fiets, maar niet in de regen, maar in een zaal met gezonde lucht van precies de juiste temperatuur, achter een scherm met een inspirerend landschap, lekker gecontroleerd, met cijfers en al, en een douche op tien meter afstand. Na het sporten kijk ik journaal, met een rechtstreeks verslag van de correspondent in Kaapstad die iets vertelt over de verkiezingen in Zimbabwe. De tekst die hij voorleest is geschreven door de redactie in Hilversum, maar ze stoppen de correspondent in beeld voor de persoonlijke touch.

En als ik uitga, vanavond, dan ontmoet ik allemaal sexy mannen en vrouwen die er stuk voor stuk uitzien als aantrekkelijke, geslaagde fotomodellen. Ik moet oprecht toegeven dat ik dat vaak heel verleidelijk vind. Ik wil hun aandacht, ik wil bij de geslaagde mensen horen die hun ongebondenheid vieren. Maar als ik even uit deze

roes stap, weet ik ook wel dat we morgenochtend allemaal weer gewone stervelingen zijn die soms niet weten wat ze met zichzelf aanmoeten. En zich afvragen wat ze in hemelsnaam nu weer moeten kopen om een beetje te kunnen lijken op de schoonheden in de films en in de etalages.

De wereld van de binnenstad is grotendeels een wereld van hyperrealiteit. Er staan echte gebouwen en er zijn echte mensen, zonder masker. Maar je kunt er niet omheen dat alles is doordrenkt met de mythe van eeuwige jeugd en permanent plezier. De slogan van het Utrechtse winkelcentrum Hoog Catharijne zegt eerlijk waar het om gaat: *fashion food freetime fun*. Voor de uitvinder van het overdekte winkelcentrum, de Amerikaan Victor Gruen, was het winkelcentrum niet een deel van de stad, maar echt een nieuwe constructie van de stad zelf. Waar eindelijk de wilde buitenwereld, met irritante dingen zoals zwervers of koude windvlagen, kon worden buitengehouden, met behulp van securitypersoneel of met airconditioning, allemaal voor een frictieloze, behaaglijke koopervaring. Niet verwonderlijk dus dat steeds meer vliegvelden dit mall-concept aan het overnemen zijn, en met de modernste technologie proberen de grenscontroles en het speuren naar ongewenste migranten zo verborgen mogelijk uit te voeren, om niet het commercieel aantrekkelijke feestje van de grenzeloze vrijheid te verstoren.



Ik wil nogmaals benadrukken dat al deze dingen niet slecht in zichzelf zijn. Ik denk alleen al aan al die mooie gesprekken die ik in de binnenstad heb gevoerd met echte vrienden, onder het genot van echt, tastbaar bier. De grens tussen goed en slecht, als je die zoekt, is bijna niet te trekken. Een kunstmatige toevoeging aan tomatensaus kan helpen om een reëel bestaande smaak langer te bewaren en mascara kan ook helpen om een reële schoonheid te accentueren. Maar

ik maak me wel zorgen dat een steeds groter deel van ons leven zich afspeelt in deze hyperrealiteit. Filosofen zeggen waarschijnlijk dat alle techniek bedoeld is om de realiteit te verbeteren, zoals een berenvel dat vroeger ook deed, en dat de moderne techniek in essentie niets anders doet en dat je er dus niet over kunt oordelen. Dat is onzin. Een kwantitatieve toename van iets leidt op een gegeven moment altijd tot een kwalitatieve verandering. Ik vind het niet verkeerd om carnaval te vieren, maar ik zou me wel zorgen gaan maken als mensen het hele jaar aangeschoten in een piratenpak zouden rondhossen.

Er is geen plaats voor grenzen, ongemak of pijn in de hyperrealiteit. Als ik om me heen kijk, aan het plein waar ik woon, naast immigranten, bijstandsmoeders en gebroken gezinnen, zie ik enorm veel rottigheid. Complete families zijn gebroken. Werkloosheid, schulden, disfunctionele religie, psychiatrie, kapotte relaties. En ik? Ik kan er bijna niet mee connecten, want in de hyperrealiteit leven we heel makkelijk langs elkaar heen. Ik zit de hele dag lekker achter mijn scherm, heb virtueel contact met mensen van mijn eigen sociale klasse, en koop m'n spullen goedkoop aan de andere kant van de wereld (terwijl mijn overbuurman, die eerst in een winkel werkte, nu werkloos thuis zit). Als ik thuiskom ben ik veel te moe om ook nog sociaal te doen. En dan gaat het alleen nog maar om de mensen in mijn buurt. Kun je nagaan hoe moeilijk het is om me werkelijk te laten raken door de armoede van mensen die mijn spullen maken, bijvoorbeeld, of die in de klimaatverandering de gevolgen voelen van mijn levensstijl. Ik weet er wel van, maar het dringt niet echt tot me door.

Bovendien heb ik feitelijk geen tijd om daarmee bezig te zijn, want ik moet koken, eten, het huishouden doen, voor de kinderen zorgen, lezen, met vrienden afspreken en sporten. Ik moet daarnaast 169 minuten radio en muziek luisteren, 66 minuten bellen en digitaal commiceren, 18 minuten gamen, 31 minuten internetten, en uiter-

aard 181 minuten tv-kijken. Althans, als ik me gedraag als de gemiddelde Nederlander, zoals die uit het Nationaal Tijdsbestedingsonderzoek is gerold. Dat past alleen in een dag als ik een paar dingen tegelijk doe. En, dat kan ik wel vertellen, dat gaat niet zonder stress. Ik houd gemiddeld 3 minuten over voor godsdienst of spiritualiteit en 13 minuten voor vrijwilligerswerk, aldus de onderzoekers.



In een wereld die zich steeds meer richt naar het permanent bevredigen van onze verlangens, verliezen we bepaalde aspecten van de werkelijkheid uit het oog die misschien wel cruciaal zijn. Hoe kunnen we nog verbinding krijgen met verdriet van onszelf of van anderen als de hele wereld er glimmend en blij uitziet? Hoe kunnen we voor de natuur zorgen, het fundament waar we alles op bouwen, als we die natuur hebben weggepoetst? Hoe kunnen we verbinding krijgen met onszelf, als we permanent worden gebombardeerd met contacten en beelden die ons een lekker gevoel moeten geven? Ik geloof dat het goede leven meer is dan alleen het bevredigen van instinctieve prikkels.

Daar komt nog bij dat ik als gelovige meen dat er een God is die tot mensen spreekt. Maar dat is een fluisterende stem, die je alleen kunt horen als je stil wordt. Je kunt die stem ook horen door andere mensen heen, speciaal in mensen die erbuiten vallen. Sommige mensen horen de stem in de natuur die we hebben gekregen, of in de geschiedenisverhalen van de mensheid. Laat dit nu precies de kanalen zijn waar we niet meer op kunnen afstemmen in een wereld die technischer en hyperreëler wordt. De natuur, de geschiedenis, de ander, de stilte, het lijden, ze worden overstemd door een continu NU waar het draait om prikkels die ik tot me laat komen om mijn verlangens te bevredigen.

Hoe die verlangens werken, en welke dat zijn, komt in het volgende hoofdstuk aan de orde. We zullen onderzoeken welke routes de hyperrealiteit biedt om ze te bevredigen, en tot welke mechanismes in de maatschappij dat leidt.