



In de geest van de Ander kan niemand kijken en er is tot op heden geen enkele wetenschap die ons in het tegendeel doet geloven. Zo ontstaat het beeld van een onvoorspelbaar bewustzijn dat per persoon moet verschillen en onze gedachten en emoties inhoudt: het individu is geboren. Rousseau was een der eersten die deze algemeen heersende opvatting ter discussie stelde. Iedereen wil zijn steentje bijdragen aan de werkelijkheid, sterker nog, iedereen gelóóft ook werkelijk iets speciaals te kunnen toevoegen. Echter, het ideaal van het individu dat we allemaal willen zijn, maakt ons juist tot massa en het individualisme tot utopie.

De Franse filosoof Pascal Bruckner, geïnspireerd door Jean-Jacques Rousseau, meent dat wij per se willen voldoen aan de blik van de Ander. Door de ongelijkheid die de mens gegeven is, zal de een in harmonie leven met zijn natuur (nobeles wilde) totdat de Ander trotse bezitter wordt van land. Dientengevolge vraagt de nobele wilde zich af of hij ook niet meer moet willen hebben. Met de Ander als groot voorbeeld volgt eeuwige ongelijkheid. Helaas definieert men zich op basis van het tekort in vergelijking met de Ander en wil men per se zijn positie verbeteren. Een pijnlijk schuldgevoel bekruipt ons omdat we slaaf worden van onze omgeving.

De meest makkelijke manier om deze schuld op te heffen is te vinden in de marketing door grote bedrijven: door iets te kopen, laten zij ons weer onderdeel voelen van een groter geheel. Dan voelen wij ons verlost. We raken ondergeschikt aan het feit van de concurrentie. Van ons individu zijn wij ons niet eens meer bewust: deze wordt vergeten en ontkend. In de strijd met de Ander zijn wij niets meer.

De film "de Consumens" is gebaseerd op deze gedachtegang. Theaterdocenten Puck van Dijk en Mariëtte Berbee namen de touwtjes in handen en besteedden negen korte lessen aan zowel film-acteren als aan de inhoud van het script. Er werd huiswerk gegeven aangaande het verband tussen authenticiteit, individualiteit en consumentisme en ook tijdens het draaiweekend waren zij aanwezig om het beste uit de acteurs naar boven te halen.



Fascinerend zijn na het bekijken van de film de sterke verschillen van interpretaties van de film - zelfs binnen onze filosofiegroep. Hoofdrolspeelster Zoë herkent het idee van een eigen keuze dat ons door reclame wordt ingefluisterd. De film toont volgens haar hoe makkelijk het is om te verdwijnen in de massa en hoeveel moed het dus moet kosten om je te onderscheiden. Ze spreekt van een positief einde: hoewel iedereen hetzelfde gekleed is, zegeviert het authentieke ik door de zelfverzekerdheid dat deze uitstraalt. Noa voegt nog toe dat er juist niet 'anders' wordt gedacht wanneer een bedrijf jou gaat zeggen wat je moet denken. Wat jij bent, weet Apple niet beter dan jij, en jij bent anders genoeg. Anna benadrukt de maakbaarheid van de geest: voor je het weet, word je beïnvloed.

Bij het ontwaken is het hoofdpersonage nog een onschuldige, authentieke mens, maar de confrontatie met de maatschappij vult haar leven volledig in. De eigen persoonlijkheid wordt vormgegeven aan de hand van de samenleving. Ook Lotje ziet het voor het individu minder rooskleurig in: het einde zou juist negatief zijn, omdat iedereen hetzelfde heeft meegemaakt en er vervolgens hetzelfde uit komt te zien.

Dit laatste hoorde ik op het moment zelf met kritische oren aan. Wat je ziet met het blote oog is immers niet wat er werkelijk is, dat wil zeggen, niet wat iemand in zijn volledige uitgebreidheid als persoon omvat. Maar in haar bewering zat (onbewust?) een kern van waarheid. De grootste zwakte van de mens is dat deze zo visueel is ingesteld. Het beeld dat jij hebt van een ander wordt binnen een paar seconden gevormd (bij jongens iets sneller dan meisjes...).

Dat behelst dus vooral hoe iemand eruitziet in plaats van iemands karakter of passies. Als wij hierop vervolgens onze meningen baseren, raken we slechts meer van elkaar ontvreemd. Wij denken elkaar te kennen en vormen in ons verlangen naar individualiteit een massa van onbekenden. Dit is een ronduit pessimistisch einde voor onze film. De menselijke zwakte wordt door de marketingmaatschappij alleen maar aangemoedigd en daardoor versterkt. We zullen ons beeld van de omgeving veel meer laten bepalen door de verbeelding dan door kritische waarneming. Waar het individu dan blijft, is mij een raadsel.

Eva van Zeggeren

