

Tekst 1 De routine van de vernieuwing

- 1 1 Toen onze oude kat op een dag haar kattenvoer onaangeroerd liet staan, dachten we dat ze
2 ziek was. Ettelijke jaren lang was ze verlekkerd geweest op de kattenbrokken van het merk
3 *Friskies*, en nu wilde ze er zelfs niet meer aan ruiken. Maar haar gedrag was niet dat van een zieke
4 kat: ze streek luid mauwend langs onze benen en gaf op alle mogelijke manieren te kennen dat ze
5 liever wat anders beliefdde. We probeerden simpelweg een ander merk kattenbrokken – *Whiskas*.
6 Het was meteen raak – je had er zó een reclamespot bij kunnen maken.
- 2 7 Denkend over verandering en vernieuwing vroeg ik mij af: wat is hier aan de hand? Waarom
8 is iets wat zo lang goed bleek, opeens niet goed meer? Is er dan ook bij dieren zoiets als een
9 behoefte aan vernieuwing? En is die behoefte er eigenlijk wel bij de mens? Is het een natuurlijke
10 behoefte, of alleen maar een cultuurtrend, op de spits gedreven door economische motieven? In de
11 natuur zou een wilde kater er nooit toe komen jarenlang een eenzijdig menu te verorberen – in de
12 natuur is afwisseling genoeg, waarom zou er daar behoefte zijn aan vernieuwing? Onze kat was
13 oud, en een paar jaar later ging ze dood. Ze werd betreurd – oprecht, maar niet heel lang, want
14 eerlijk gezegd vonden de kinderen dat je er niets meer aan had, aan een oude kat. Toen ze dood
15 was, gingen we dus meteen een nieuwe halen, zo'n springlevend jong ding.
- 3 16 Een nieuwe lente en een nieuw geluid. Iets nieuws trekt de aandacht. Het oude is het bekende
17 en het vertrouwde, dat nauwelijks nog wordt opgemerkt omdat het geheel behoort tot de routine.
18 En routine leidt al gauw tot sleur en verveling. Maar in het geval van de nieuwe kat was er
19 duidelijk nog een andere omstandigheid in het spel: het was niet alleen een nieuwe kat, maar ook
20 nog een jonge kat. Er is met het 'jonge' kennelijk iets speciaals aan de hand dat ontbreekt in het
21 louter nieuwe als het onbekende. Wie altijd al met tweedehands wagens heeft gereden en de ene
22 tweedehands inruilt voor de andere, ervaart hierbij onmiskenbaar een soort van vernieuwing, maar
23 de geestdrift die ermee gepaard gaat, verzinkt in het niet vergeleken bij die na de aanschaf van een
24 écht nieuwe wagen. Merkwaardig is wel dat een échte oldtimer dan weer een sterker gevoel van
25 vernieuwing in de hand werkt dan de allerjongste tweedehands, of zelfs een splinternieuwe wagen.
- 4 26 In dat laatste geval blijkt duidelijk de invloed van economische en sociale motieven op wat
27 als 'nieuw' zal worden ervaren. Het nieuwe hoeft in materiële zin niet echt nieuw te zijn – het mag
28 ook oud zijn, maar dan bij voorkeur heel oud, een antiquiteit, een rariteit, iets wat alom opvalt en
29 waarvan iedereen weet dat het heel veel heeft gekost. Omgekeerd wordt ook lang niet alles wat
30 materieel nieuw is door de toeschouwer of eigenaar als nieuw ervaren. Iemand die zijn kapotte
31 keukenstoel vervangt door een andere die in alle opzichten identiek is, zal nauwelijks het gevoel
32 hebben iets nieuws in huis te hebben gehaald. Overigens is de kans bijzonder groot dat het al een
33 paar jaar na de aankoop van een meubelstuk of apparaat geheel onmogelijk is om nog precies
34 hetzelfde product te vinden. De economie staat het ons niet toe objecten die oud of versleten zijn
35 zonder meer te vervangen door identiek dezelfde objecten – binnen de kortste keren is er wel een
36 of ander onderdeel aan gewijzigd, en steeds wordt de betreffende wijziging gepresenteerd als een
37 verbetering en dus een vooruitgang.
- 5 38 Je vraagt je af hoe het komt dat zoveel mensen depressief zijn, want een simpele wandeling
39 door een supermarkt zou iemand eigenlijk al een existentiële opkikker van jewelste moeten
40 bezorgen. Wat blijkt namelijk? Alles is nieuw! Van de yoghurt tot de wasverzachter, de cornflakes,
41 de mayonaise en de tandpasta: alles is aangepast, verbeterd, verrijkt en ook nog eens
42 wetenschappelijk getest. Wij lijken op de hielen gezeten te worden door de pathologische angst
43 iets beu te zullen worden, iets te herhalen, ons niet te vernieuwen en dus oud te worden.
- 6 44 Ook in andere domeinen poogt men met alle middelen de suggestie te wekken dat het
45 vroegere voorbijgestreefd en achterhaald is, en dat er dus wel degelijk een vernieuwing in de zin
46 van een vooruitgang is. Het volstaat om een zienswijze of een product als 'oudbakken' of
47 'ouderwets' te bestempelen, opdat iedereen die er een lichte sympathie voor zou kunnen hebben,
48 zich zou voelen ineenkrimpen van schrik: hij raakt achterop, hij gaat niet mee met zijn tijd.
- 7 49 Zelfs de geschiedschrijving, die zich ogenschijnlijk uitsluitend interesseert voor het verleden
50 als verleden, blijkt uiteindelijk steeds de vernieuwende lijn op het oog te hebben die naar het heden
51 voert en van daaruit de poort opent naar een betere toekomst. Denken we alleen maar aan de
52 naamgeving van de historische perioden: eerst had je Oudheid, en na de middeleeuwen komt de
53 Nieuwe Tijd, zowaar gevolgd door de Nieuwste Tijd (als kind vraag je je af of daarna dan de
54 Allernieuwste Tijd moet komen, en Spiksplinternieuwste Tijd – en waar dat dan heen moet met al
55 die vernieuwing).
- 8 56 Van alle onderdelen van de westerse cultuur is het wel de kunst die er het meest prat op gaat
57 non-conformistisch te zijn en de heersende burgerlijke waarden ter discussie te stellen. Maar

58 uitgerekend in de kunst wordt het alom weergalmende ideaal van de vernieuwing óm de
59 vernieuwing op het hoogste voetstuk geplaatst. Door het nieuwe uit te roepen tot de artistieke
60 waarde bij uitstek loopt de kunst in feite de economie achterna en is ze geenszins vernieuwend,
61 maar zo conformistisch als wat. De boodschap van de kunst is in wezen niet anders dan die van
62 andere producten van de maatschappij: kijk, dit is nieuw, dit werd nog nooit gedaan, nog nooit
63 gezien, nog nooit gehoord (is het niet schokkend?). Want het toppunt van met-zijn-tijd-meegaan is
64 natuurlijk zijn-tijd-voortuit-zijn, en daaraan wordt zowel het wetenschappelijke als het artistieke
65 genie gemeten: deze is de pionier, de eerste om nieuwe gebieden te betreden, de trendsetter, de
66 avant-gardist. Creativiteit wordt op deze manier stilzwijgend gelijkgesteld met originaliteit of daar
67 zelfs zonder meer toe gereduceerd. In werkelijkheid is er echter een belangrijk verschil tussen
68 beide, en wel omdat 'creativiteit' verwijst naar een activiteit als zodanig, terwijl het 'originele'
69 alleen maar bestaat bij gratie van zijn referentiekader. Verplaats een creatieve handeling millennia
70 verder de toekomst in en ze blijft haar creativiteit behouden – verplaats het originele naar een iets
71 later tijdstip en het heeft al niets origineels meer. Het is dan ook, alles welbeschouwd, niet zo
72 moeilijk om origineel te zijn zonder écht creatief te zijn – je hoeft alleen in te gaan tegen bepaalde
73 verwachtingspatronen, die je desgewenst van tevoren zelf in het leven kunt roepen.

9 74 Onder veredelde benamingen worden in de kunst de opeenvolgende stromingen beschreven
75 als een continu vernieuwingsproces met een suggestie van vooruitgang, zodanig dat wie nu nog
76 zou schrijven of schilderen zoals honderd jaar geleden, zich alleen maar onsterfelijk belachelijk kan
77 maken. Even belachelijk als wie zijn pantalon met brede pijpen uit de kast zou opdiepen in een tijd
78 waarin iedereen nauwsluitende pantalons met smalle pijpen draagt. Zoiets kún je blijkbaar niet
79 doen, al kan niemand precies aangeven waarom eigenlijk niet. Te meer daar het doorgaans volstaat
80 om het moment af te wachten dat de ouderwetse pantalon – in een lichtjes gewijzigde combinatie –
81 plots weer hoogst origineel is geworden. Net zo in de kunst: als je lang genoeg wacht, wordt het
82 oude weer nieuw – het wordt dan 'neo' genoemd en wordt opnieuw interessant.

10 83 De vraag blijft wat nu eigenlijk de inherente betekenis of waarde is van deze in onze
84 maatschappij zo onvoorwaardelijk gecultiveerde originaliteit. Het antwoord zou wel eens veel
85 nuchterder kunnen zijn dan de gevleugelde bewoordingen waarin het originele wordt bezongen.
86 Het basisgegeven van de cultuur is misschien niet zozeer het originele zélf – al steekt dat natuurlijk
87 alom de ogen uit – maar datgene waarvoor het als pleister dient: de routine, de gruwelijke
88 verveling van de beschaafde mens.

11 89 Routine is het cultuurproduct bij uitstek. Hoe beschaafder een cultuur, hoe groter de routine
90 en hoe groter de waarde die gehecht wordt aan originaliteit – maar helaas ook hoe sterker de
91 neiging om ook het originele te laten ontaarden in routine. Het wordt een ware escalatie, een
92 almaar sneller wordende opeenvolging van sleur en vernieuwing. In een maatschappij als de onze
93 zou er pas écht sprake zijn van iets nieuws als de waarde van het oude verdedigd werd. Niet het
94 oude in de zin van het exclusief oude (de Rembrandt, de oldtimer), noch het oude als het
95 nostalgisch oude (pannenkoeken op grootmoeders wijze) of het ecologisch oude (natuurproducten
96 zonder kleur- en smaakstoffen) – en zovele andere vormen van verhulde vernieuwing – maar het
97 oude in de zin van het doodgewone, het vanzelfsprekende dat onze aandacht niet nog eens extra
98 hoeft te prikkelen, het er-zijn van de dingen.

*naar: Patricia de Martelaere
uit: Trouw, 30 december 2000*

Tekst 2 Van de straat

Een infantiele samenleving met vroegoude kinderen

1 1 De volwassene van nu wil graag jong zijn; dit jeugdige ideaal heeft dwangmatige trekken
2 gekregen. Deze dwangmatigheid wordt zichtbaar in de fitnesscentra en uit zich opzichtig in de
3 seksuele inhaalprogramma's waarmee de massacultuur klanten werft. Op allerlei manieren streeft
4 men in alle bevolkingslagen naar verjonging. De tweedekansindustrie, die jeugdigheid aanreikt
5 door middel van kleding, vakanties, kuren en plastische chirurgie, heeft nog nooit zo gefloreerd als
6 tegenwoordig. Dat zegt wat over de mate waarin de eerste kans, en dat is de enige echte, gemist is.
7 Onvrede daarover is het belangrijkste motief voor de klandizie.

- 2 8 En dan te bedenken dat nog niet zo lang geleden de begrippen 'jeugd' en 'jeugdigheid' op
9 een heel andere manier met ongenoegen werden geassocieerd. Dat ongenoegen had te maken met
10 het gedrag van jongeren die creatief maar brutaal door de harde korst van (klein)burgerlijke
11 tradities en taboes heen probeerden te breken. Vandaag de dag is jeugdigheid – en daarbij de
12 behoefte om jong te blijven – steeds vaker het resultaat van een bangelijke aanpassing aan
13 commerciële tendensen: ze wordt verkregen via apothekersrecept en reisbureau, postorderbedrijf
14 en bouw pakket.
- 3 15 'De ontdekking van het kind' en, meer nog van de jeugd, de puberteit, moet worden
16 toegeschreven aan de burgerlijke cultuur van de achttiende eeuw (men leze de studies van Philippe
17 Ariès). Toen was de afstand tussen kind en volwassene langzaam maar zeker zó groot geworden
18 dat het traject dat beide levensfasen verbindt, niet langer vanzelfsprekend was. De opvoeding thuis
19 en op school moest ervoor zorgen dat er onderweg geen ongelukken gebeurden. Wat we sindsdien,
20 en vooral sinds de Romantiek, jeugdigheid noemen, is waarschijnlijk niets anders dan het
21 verlangen alle handleidingen in de prullenbak te gooien en het ver weg liggende doel op eigen
22 kracht te bereiken. Zoveel benauwende doelgerichtheid, zoveel kortzichtigheid, zoveel gemiste
23 kansen – dat riep om ongehoorzaamheid.
- 4 24 Vandaag de dag wordt jeugdigheid op een heel andere manier verkregen – en tegelijk om
25 zeep gebracht. Als reclamesjabloon belooft het jeugdige ideaal immuniteit aan wie zich aan de
26 richtlijnen onderwerpt. Het is erop gericht al het ver weg liggende, desnoods met geweld, uit de
27 weg te gaan. Het komt tegemoet aan de infantiele wens altijd te kunnen schuilen aan de veilige
28 moederborst, uit angst om in de verte te kijken en verantwoordelijk te moeten zijn voor het eigen
29 leven, uit onvermogen grenzen nieuwsgierig, monter en zonder complexen te overschrijden.
- 5 30 Hoe komt het toch dat de belofte van die eeuwige jeugd zo aantrekkelijk lijkt? Want het
31 bedrog ligt er duimendik bovenop – hoe komt het dan dat men dat niet doorziet? Waarom zou men
32 zich een schoonheidsideaal laten aanpraten dat zo evident getuigt van ongeluk en frustratie?
- 6 33 Het moet te maken hebben met een ander, schijnbaar tegengesteld verschijnsel. Niet alleen
34 wordt het ouder worden als schrikbeeld voorgesteld, jongeren moeten ook steeds vroeger
35 volwassen worden. En die ontwikkelingen sluiten elkaar niet uit. Juist omdat kinderen
36 tegenwoordig minder dan ooit de ruimte wordt gegund kind te zijn, en omdat ze dus vroeger dan
37 ooit oud en voltooid zijn, blijft er altijd iets knagen. Als volwassene missen ze iets wat ze nooit
38 gekend hebben en wat ze daarom ook niet als vanzelf vorm kunnen geven. Onvrede over
39 een ongelukkige jeugd, verbittering over wat er van hen is geworden, drijft hen niet zelden tot
40 dwangmatige ontkenning van het ouder worden. Ongecompliceerd oud worden is alleen
41 weggelegd voor wie ongecompliceerd jong is geweest.
- 7 42 Door het raam van mijn werkkamer zie ik af en toe een plukje jongens of meisjes
43 langskomen, op de fiets of de scooter, maar verder vertonen ze zich nauwelijks op straat, hier niet
44 en elders niet. In een paar decennia is het straatbeeld in Nederland drastisch gewijzigd. Nu is de
45 straat een verkeersader; als er geen verkeer doorraast, is hij leeg. Het contrast met de straat uit mijn
46 kinderjaren is groot. Verkeer was er vrijwel niet, wel krioelde het overal van de kinderen. We
47 speelden zonder volwassenen, die konden we missen als kiespijn. En trouwens, die hadden wel wat
48 anders aan hun hoofd.
- 8 49 Als ik die spelende kinderen die wij toen – in de jaren vijftig – waren, nu wat scherper in
50 beeld probeer te krijgen, is dat niet uit nostalgie maar omdat ik denk dat zelfs een summiere
51 vergelijking met de lege straat van nu al licht kan werpen op het vroeg oud worden van veel
52 jongeren. Elke dag, weer of geen weer, na school, op vrije middagen, in vakanties, altijd speelden
53 we op straat. Opgevoed werd er binnenshuis; de straat was een experimenteerveld. Al doende
54 ontdekte je welke regels en wetten een zekere eerbiediging verdienden en welke beter met de
55 vuilnisman mee konden.
- 9 56 De straat kende zijn materiële beperkingen, uiteraard. Jongeren van nu zouden zeggen: er
57 viel niks te beleven, maar die beperkingen stimuleerden de fantasie. Hij bood speelruimte in de
58 eigenlijke zin van het woord, juist omdat hij niet als speelruimte was gedefinieerd. Er stonden geen
59 rijksgekeurde klimrekken of wipkippen, er waren geen pedagogisch verantwoorde
60 hangplekvoorzieningen of schuttingen met een armzalig basketbalnetje. Niets was er
61 voorgeschreven, de straat was vrije ruimte.
- 10 62 Speelruimte bestond daar alleen in de creatieve kindergeest, die het verschil tussen het
63 bedoelde en het mogelijke gebruik van de dingen opheft. Naast de traditionele spelen als
64 knikkeren, tolleren en hinkelen waren er spelen zonder regels. Of liever: ze konden alleen gespeeld
65 worden met ad-hocregels, die ook weer ad hoc konden worden bijgesteld. Het spannendst waren
66 die spelen waarbij een winkelier, bewaker van een fietsstalling of melkboer met melkkar

- 67 ongevraagd, vaak zonder daar aanvankelijk erg in te hebben, in het spel werd betrokken. Dan was
68 het risico het grootst. Navenant was het plezier als de provocatie lukte en jij en je vriendjes aan de
69 wraak van je slachtoffer ontsnapten, hoewel het zo mogelijk nog leuker was als die ene dikkerd of
70 die eeuwige slome in zijn kraag werd gevat.
- 11 71 Essentieel is: de spelen waren niet door pedagogen bedacht, het waren geen rollenspelen,
72 ze dienden geen pedagogisch doel. We leerden bijvoorbeeld niet: 'faalangst te overwinnen',
73 'assertief te zijn', 'conflicten door gereglementeerde groeps gesprekken op te lossen'. Nee, er stond
74 werkelijk iets op het spel: we begaven ons spelenderwijs in de serieuze wereld van de
75 volwassenen. We verkenden grenzen en leerden ons daarnaar gedragen.
- 12 76 Het niet-beoogde rendement was groot. Alles wat men nu moeizaam, als willekeurige
77 regels en voorschriften, als 'normen en waarden', in het ervaringsloze kinderhoofd probeert te
78 proppen was toen een gratis en beproefd bijproduct van het spel op straat. Dat is nu dus verleden
79 tijd. De straat is leeg.
- 13 80 Ouders plannen de komst van kinderen – vroeger kregen ze die gewoon – en gedragen zich
81 als projectontwikkelaars: voor elk onderdeel van de productie huren ze gespecialiseerde
82 flexwerkers; zelf volgen ze het project 'kind' op gepaste afstand. Bij tegenvallende resultaten
83 halen ze verhaal bij de scholen en instellingen waaraan ze de opvoeding hadden uitbesteed. Nog
84 voor het kind de kans heeft gehad een beetje dommig om zich heen te gaan zitten koekeloeren,
85 wordt het genadeloos ondergedompeld in een eindeloos wisselbad van programma's en tests. Niets
86 wordt meer aan het toeval overgelaten, niets zal het kind te kort komen.
- 14 87 Wat een kind kon zijn, weten we nauwelijks meer. De onbegrensde van de kindertijd,
88 het ongebondene en onbeknottede ervan roepen nu hoofdzakelijk irritatie op. Onbewust herinnert het
89 ongecontroleerde bestaan van het kind de hedendaagse volwassene aan mogelijkheden die hij bij
90 zichzelf hardhandig heeft verdrongen, maar die hij intuïtief en met schrik herkent bij de niet- of
91 halfaangepasten. Om dat spookbeeld te verdrijven moet het kind zo snel mogelijk op hem gaan
92 lijken.
- 15 93 De onuitputtelijkheid van het kind krijgt daarbij een geheel nieuwe betekenis: die ligt nu in
94 zijn mogelijkheden als consument en kleine investeerder. Men heeft het kind nu pas werkelijk
95 ontdekt: als economische factor van de eerste orde.
- 16 96 Dat het kind daarvoor zwicht, is logisch: het heeft nooit de kans gekregen de bedrieglijke
97 aard van zijn verleider te onderkennen, niet de ruimte te fantaseren over werkelijk beloftevolle
98 uitzichten, niet de vrijheid zich te verlustigen in gevaarlijke, duizelingwekkende verten, terwijl
99 toch alleen die dromen en fantasieën het verlaten van het infantiele stadium als begerenswaardig
100 avontuur kunnen voorstellen.
- 17 101 Nu krijgt het elke 'verte' via een klik op de muis onmiddellijk thuisbezorgd, zodat alles
102 wat haar ooit begerenswaardig maakte, is verdwenen: al het ongewisse en ongrijpbare dat het
103 gevoelige kind veranderde in een dagdromende cartograaf. Als alles dichtbij is, doet niets meer
104 een beroep op de fantasie. Het kind weet niet beter of het is altijd al een volwassene in het klein.
105 Daarvan moet het wel illusieloos en depressief worden.
- 18 106 Alles lijkt keurig geregeld – van een afstand. Maar wie dichterbij komt, ziet dat de onvrede
107 zich daarbinnen snel ophoopt. En het kan niet anders of die komt ooit naar buiten, als min of meer
108 beschaafde geldingsdrang of regelrechte agressieve wraaklust. De tweedekansindustrie gaat
109 gouden tijden tegemoet: sportscholen, beautyfarms, therapeutische centra, cursusinstellingen,
110 survivalbedrijven en bovenal de kitsch- en seksindustrie zullen floreren als nooit tevoren. Want ze
111 zullen gezien worden, de gekrenkte proleten aller standen. De meesten zullen als kind niet of
112 nauwelijks buiten hebben gespeeld – het hoeft niet te verbazen als ze de straat straks skatend en
113 racend, imponerend en intimiderend voor zich opeisen.

*naar: Cyriel Offermans
uit: Vrij Nederland, 31 maart 2001*

Einde

*De teksten die voor dit examen gebruikt zijn, zijn bewerkt om ze geschikt te maken voor het examen. Dit is gebeurd met respect voor de opvattingen van de auteur(s). Wie kennis wil nemen van de oorspronkelijke tekst(en), raadplege de vermelde bronnen.
De Cevo is verantwoordelijk voor vorm en inhoud van dit examen.*