

Proloog

‘De Nederlander bestaat niet.’ Prinses Máxima had de woorden nog maar nauwelijks uitgesproken of er trok een golf van verontwaardiging door het land. Ontkent Máxima, prinses van Oranje-Nassau en echtgenote van onze toekomstige koning, onze nationale identiteit? Ons bestaan als volk zelfs? Het beruchte zinnetje werd op televisie eindeloos herhaald. Wie de hele toespraak had gehoord, zou hebben geconcludeerd dat Máxima slechts pleitte voor het soort tolerantie dat ons land volgens haar juist eeuwenlang heeft gekenmerkt: mensen zijn allemaal unieke individuen met hun eigen geschiedenis, levensloop en opvattingen, die in harmonie met elkaar kunnen samenleven – ook in een smeltkroes zónder gemiddelde. ‘Als troost kan ik u zeggen dat de Argentijn ook niet bestaat,’ zei ze er nog achteraan.

Maar het kwaad was al geschied. Política Rita Verdonk, die drie weken na Máxima’s speech de politieke

beweging Trots op Nederland oprichtte, vond dat de prinses 'een groot deel van de Nederlanders tekort had gedaan'. Pvv-leider Geert Wilders deed de uitspraak af als 'politiek correcte prietpraat'. In landelijke kranten en op populaire weblogs ontstonden felle discussies over de vraag of Maxima haar boekje te buiten was gegaan door zich over zo'n gevoelig onderwerp uit te laten. Prins Willem-Alexander probeerde zijn vrouw nog te hulp te schieten door te stellen dat ze het 'goed bedoeld' had, maar zijn bijval kon de ontstane commotie niet meer sussen.

De ophef kwam dan ook niet uit de lucht vallen. Toegegeven, dat uitgerekend een lid van het Koninklijk Huis het bestaan van de Nederlandse identiteit in twijfel trekt, is niet handig – 'een beetje dom' zelfs, zoals Maxima zelf zou hebben gezegd. Toch is het vooral ook de tijdgeest die de prinses parten speelde. Vijftien jaar geleden zou een constatering als 'de Nederlander bestaat niet' waarschijnlijk weinig opzien hebben gebaard, misschien zelfs wel zijn toegejuicht. In de jaren negentig vierde het multiculturalisme immers nog hoogtij – in ieder geval in politiek Den Haag. Nederland werd beschouwd als een *melting pot* waarin verschillende culturen en religies vreedzaam naast elkaar leefden, met wederzijdse tolerantie als maatschappelijke smeerolie. De meeste partijen geloofden heilig in het – enigszins paradoxale – principe van 'integratie met behoud van eigen cultuur'. Immigranten moesten weliswaar een constructieve bijdrage aan de sa-

menleving leveren, maar aanpassing aan de normen en waarden van de 'prototypische Nederlander' was geen vereiste. Zelfs de taal leren was geen formele verplichting.

Dat die multiculturele consensus verleden tijd is, behoeft inmiddels geen betoog meer. Geen enkele partij in de Tweede Kamer is nog voorstander van integratie met behoud van eigen cultuur – op een deel van de D66-fractie na. De omslag in het denken kwam relatief snel, maar niet zonder horten of stoten tot stand. In 2000 verscheen in *NRC Handelsblad* eerst het geruchtmakende artikel 'Het multiculturele drama', waarin socioloog Paul Scheffer de noodklok luidde over 'hele generaties immigranten' die aan de zijlijn van de maatschappij stonden en acuut dreigden te 'mislukken'. Scheffer noemde deze ontwikkeling 'de grootste bedreiging voor de maatschappelijke vrede' – en dat bleek een profetische constatering.

De opkomst van Pim Fortuyn in 2001 bracht niet veel later een breed gedeelde onvrede over de multiculturele samenleving aan het licht. Te lang had de overheid, onder het mom van culturele verdraagzaamheid, de gespannen verhouding tussen autochtonen en allochtonen en de schrijnende achterstand van met name niet-westerse immigranten ontkend of weggevuifd, luidde zijn oordeel. Die kritiek vond enorme weerklank onder de bevolking, eerst in Rotterdam en al gauw ook in de rest van Nederland. De moord op cineast Theo van Gogh door de islamitische godsdienst-

waaninnige Mohammed B. en de terroristische aanslagen in New York, Madrid en Londen uit naam van de islam betekenden de definitieve nekslag voor de multiculturele illusie. De tijd van 'leven en laten leven' was voorbij: aanpassing aan de dominante westerse cultuur werd het nieuwe politieke devies.

Daarmee kwam ook het thema 'identiteit' prominent op de publieke agenda te staan. Want hoe konden immigranten zich aanpassen als niet duidelijk was wat het betekende om Nederlands te zijn? 'Het *integratie*vraagstuk is een *identiteits*vraagstuk geworden,' liet de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid eind 2007 optekenen in zijn rapport *Identificatie met Nederland*. Vragen als 'wie of wat is de Nederlander?' en 'waar staat Nederland als land en als culturele gemeenschap voor?' kwamen centraal te staan in de media, de politiek en de wetenschap.

Op scholen werden lessen in 'verantwoord burgerschap' geïntroduceerd. Ook werd er een historische canon ontwikkeld, bestaande uit de vijftig belangrijkste personen en gebeurtenissen in de geschiedenis van Nederland. Die canon diende niet alleen als lesmateriaal voor middelbare scholen, maar ook als grondslag voor een nieuw Nationaal Historisch Museum in Arnhem, dat het historisch besef onder burgers moet bevorderen. Tegelijkertijd kwamen er inburgeringscursussen en examens, waarin immigranten een proeve van bekwaamheid moesten afleggen van hun kennis van de nationale cultuur en de omgangsvormen. Mi-

nister Guusje ter Horst (Binnenlandse Zaken) stelde ondertussen voor aan de Nederlandse grondwet een preambule toe te voegen die 'de belangrijkste kernwaarden' van ons land zou verwoorden. Pvdv-leider Wilders ging nog een stap verder: hij pleitte ervoor om artikel 1 van de grondwet (het recht op gelijke behandeling) te vervangen door een artikel waarin de 'joods-christelijke en humanistische traditie' als 'dominante cultuur' werd vastgelegd.

Zo deed de identiteitspolitiek na jaren van afwezigheid haar herintrede, maar dan wel in een unieke vorm. Van oudsher was identiteitspolitiek altijd voorbehouden geweest aan gemarginaliseerde etnische, religieuze of culturele minderheden, die hun afwijkende groepsidentiteit – verankerd in opvattingen, tradities of praktijken – wilden beschermen tegen de dominante cultuur van de meerderheid. Ook in Nederland werd decennialang dergelijke politiek bedreven, maar de relevantie ervan nam snel af na het wegvallen van de zuilen, de secularisering van de moraal en de individualisering van de gemeenschap, en het beleid verloor uiteindelijk zijn bestaansrecht tijdens de polderende kabinetten van Paars.

Aan het begin van het nieuwe millennium keerde de identiteitspolitiek dus terug, maar nu omgekeerd: niet een achtergestelde minderheid, maar de *dominante meerderheid* van de bevolking verhief haar collectieve identiteit tot speerpunt van de politieke strijd. Verwoede debatten werden er gevoerd over kwesties die daar-

voor volstrekt onopgemerkt of juist onbespreekbaar waren. Zo ontstond er begin 2007 hevige commotie over dubbele nationaliteiten, toen de pvv nog vóór het aantreden van het kabinet-Balkenende iv een motie van wantrouwen indiende tegen de aanstaande staatssecretarissen Ahmed Aboutaleb en Nebahat Albayrak (beiden PvdA).

De fractie van Wilders was tegen beëdiging, omdat de bewindslieden, evenals circa een miljoen burgers, in het bezit waren van twee paspoorten. Naast de Nederlandse hadden Aboutaleb en Albayrak ook respectievelijk de Marokkaanse en de Turkse nationaliteit. Voor de pvv was dat aanleiding om te spreken van 'ogenschijnlijke belangenverstrengeling'. Daarmee werd identiteit niet alleen een kwestie van normen en waarden, maar ook van loyaliteit: konden leden van de regering trouw zijn aan de belangen van de Nederlandse staat als zij op papier ook nog ingezetene waren van een ander land? De kwestie trof zowel op staatsrechtelijk als moreel niveau een gevoelige snaar, maar leidde uiteindelijk niet tot concrete maatregelen.

De toon was echter wel gezet. Talloze soortgelijke conflicten passeerden de revue en werden stuk voor stuk breed uitgemeten in de media – van een Marokkaanse advocaat die niet wilde opstaan voor de rechter tot een islamitische geestelijke die vrouwen in het algemeen, en voormalig vreemdelingenminister Rita Verdonk in het bijzonder, weigerde een hand te geven. Beide incidenten wierpen de vraag op of de omgangs-

vormen die in Nederland normaal zijn, niet in de wet – of op z'n minst in formele regels voor ambtenaren – moesten worden vastgelegd.

Ook de islamitische sluiers, van hoofddoek tot boerka, en het badpak voor moslima's – de boerkini – werden onderwerp van hevige discussie, met als voorname insteek: past dit soort kledingvoorschriften wel bij onze westerse cultuur, waarin mannen en vrouwen als gelijkwaardig worden beschouwd? Of heeft de vrijheid van godsdienst, die ook een wezenlijk onderdeel van een pluriforme samenleving vormt, juist voorrang? En zo ja, is het dan ook acceptabel dat moslima's (of hun man namens hen) behandeling door een mannelijke dokter weigeren? Of is dat een teken dat de moderne westerse identiteit onder druk staat van een voortschrijdende islamisering?

Het thema identiteit beperkte zich echter niet tot nationale integratievraagstukken. Ook de eenwording en uitbreiding van Europa werd inzet van identiteitspolitiek. Moet Nederland de grenzen dichthouden voor economische gelukzoekers, omdat massa-immigratie grote sociale spanningen veroorzaakt? Of moet Europa juist een zo groot mogelijke vrije markt van werknemers zijn, omdat we immigranten nodig hebben om onze vacatures te vervullen? Is het beter dat Turkije nooit lid kan worden van de eu, omdat de islamitische cultuur haaks staat op de onze? Of kan een Turks lidmaatschap de kloof tussen Europa en de islamitische wereld juist verkleinen? Moet de Nederland-

se regering autonoom haar koers bepalen? Of is Europese eenwording noodzakelijk om grensoverschrijdende problemen aan te pakken?

In meer of mindere mate raakten ook deze kwesties aan de vraag naar identiteit. Waar staat Europa voor? Wie of wat is Europa eigenlijk? Voelt de Nederlander zich in hoofdzaak Nederlander of ook Europeaan? Identificeren wij ons met het grotere geheel waartoe ons land behoort of juist niet? Antwoorden daarop werden lange tijd als bekend verondersteld: ja, de Nederlander voelt zich bij uitstek Europeaan – hij behoort immers tot de eerste en belangrijkste grondleggers van de Europese gemeenschap.

Maar na de ruime afwijzing van de Europese Grondwet in 2005 – meer dan 60 procent van de Nederlandse kiezers stemde tegen – was het abrupt gedaan met die vanzelfsprekendheid. Hoewel nationale kwesties, zoals ontevredenheid over het zittende kabinet, de Europese verkiezingscampagne domineerden, werd duidelijk dat een groot deel van de bevolking Europa veel minder als een zegen beschouwde dan de meeste partijen hadden verondersteld. Dat sentiment werd vier jaar later nog eens bevestigd tijdens de verkiezingen voor het Europese Parlement, toen de sterk anti-Europese PVV een onverwacht grote zege boekte met een succesvolle campagne tegen de ‘superstaat Europa’.

Identiteit kan dus met recht het politieke toverwoord van nu worden genoemd. Niet alleen in Nederland overigens: over de grens speelt het identiteits-

vraagstuk de laatste jaren eveneens, met name in Frankrijk alsook in Groot-Brittannië. Ook daar, constateert de WRR, worstelt de politiek met ‘plaatsbepaling in een snel globaliserende wereld’, ‘afwegingen tussen nationale eigenheid en deelname aan een integrerend Europa’ en de zoektocht naar ‘wat mensen bindt als inwoners en burgers van de staat’. De overeenkomsten met de situatie in Nederland zijn zelfs opvallend te noemen. Ook bij onze burens beweegt het debat zich vooral in het spanningsveld tussen de seculiere, liberale staat enerzijds en de aanwezigheid van moslims anderzijds – en ziet men in een sterke nationale identiteit de voornaamste oplossing.

Maar niet alleen in de politieke sfeer valt het woord identiteit vaker dan vroeger. Op individueel niveau speelt de vraag ‘wie ben ik?’ eveneens een steeds belangrijker rol. De moderne mens ziet zich immers voortdurend voor een keuze gesteld: welke studie ga ik volgen, wat voor soort carrière ambieer ik, waaraan besteed ik het liefst mijn vrije tijd, in welke projecten steek ik mijn energie, wie past het beste bij mij als partner, voor welke dagbladen of vereniging kies ik, aan welke energieleverancier, telecomprovider of zorgverzekeraar geef ik de voorkeur, welke politicus of partij verdient bij de volgende verkiezingen mijn stem?

Aan het begin van de vorige eeuw zagen mensen zich in veel mindere mate met dit soort dilemma’s geconfronteerd. De meeste keuzes werden toen nog als vanzelf gemaakt – of vóór hen gemaakt. Van de zoon

werd verwacht dat hij zijn vader in het bedrijf of de fabriek opvolgde en van de dochter dat zij een goede huisvrouw en trouwe echtgenote werd. Een studie was slechts voor een kleine minderheid weggelegd en voor wie al zo fortuinlijk was, viel er op de universiteit veel minder te kiezen dan nu. De zuil, de godsdienst en de opvoeding bepaalden bovendien in hoge mate de politieke voorkeur, het mediagebruik, de sociale contacten en de partnerkeuze. Van hedendaagse verschijnselen als 'keuzestress' of 'dertigerdilemma's' had men nooit gehoord.

Maar nu nagenoeg alles tot een vrije keuze is geworden, wordt de mens in het dagelijkse leven voortdurend op zichzelf teruggeworpen. Wie ben ik, waar sta ik voor, bij welke groep hoor ik en wat wil ik in mijn leven bereiken? Het zijn geen gegevens meer, maar open eindes – onderhevig aan permanente verandering en talloze invloeden van buitenaf. De persoonlijke identiteit is niet langer een vaststaand feit, maar een voortdurende afweging tussen verschillende belangen, opties en verwachtingen geworden. Met name jongeren tussen de vijftien en vijfendertig jaar zijn jobhoppers en relatiezappers bij uitstek geworden. Veertig jaar werken voor dezelfde baas is allang niet meer de normaalste zaak van de wereld, zoals ook een levenslange relatie met je jeugdliefde allerm minst vanzelfsprekend is. Bepaalden afkomst en sociale status vroeger in hoge mate je kansen op de arbeids- en huwelijksmarkt, nu geven zelfgekozen criteria de door-

slag. Voor de moderne werknemer is het vooral van belang dat hij zich kan 'ontplooiën', zoals een liefdespartner tegenwoordig bovenal verlangt dat hij in een relatie 'zichzelf kan zijn'. Zodoende heeft de vraag wie of wat dat 'zelf' precies is sterk aan relevantie gewonnen.

Zowel in de politieke als in de persoonlijke sfeer is de zoektocht naar identiteit dan ook terug te voeren op het wegvallen van oude zekerheden. De wereld is onvoorspelbaarder, diffuser en veranderlijker geworden – in positieve en negatieve zin. Het leven biedt veel meer kansen, maar ook minder houvast. Ideologische structuren hebben, zeker na de val van de Berlijnse Muur in 1989, sterk aan betekenis ingeboet en ook de godsdienst is voor het overgrote deel van de westerse bevolking geen voorname bron van zingeving meer. De tijd dat de priester of de premier ons het 'waartoe' of 'waarheen' voorspiegelde, is zo goed als voorbij: het is nu volledig aan het individu zelf om antwoorden op zijn levensvragen te vinden. En dat is, in een informatiesamenleving als de onze, geen sinecure. Het aantal bronnen van zingeving waar je uit kunt putten is onbeperkt, het aantal voorbeelden waar je je aan kunt spiegelen schier ontelbaar en het aantal idealen waar je aan kunt voldoen nagenoeg eindeloos. Dat kan als een ultieme vorm van ongebondenheid worden ervaren, maar ook als een onaangenaam grote ruimte.

De dreiging van het terrorisme, waar het Westen niet langer van gevrijwaard is, heeft daarbij een gevoel

van onveiligheid gevoed. Garanderen dat aanslagen zoals in New York, Londen en Madrid zich in de toekomst niet weer zullen voordoen, kan niemand – ook de overheid niet. De economische crisis in 2008 en 2009 maakte duidelijk dat de toekomst evenmin in economische zin erg zeker is. De sociale voorzieningen die sinds de jaren vijftig zijn opgebouwd, staan nu onder druk door een instabiele financiële sector en een sterke vergrijzing van de bevolking. De oplopende staatsschuld, het opraken van fossiele energiebronnen en de gestage verschuiving van de geopolitieke macht naar Azië bieden bovendien weinig hoopgevende aanknopingspunten.

De oorzaken van de toegenomen onzekerheid zijn dus legio, maar niet allemaal van recente datum. De vroegste oorsprong ervan vinden we al in de industriële revolutie en de opkomst van de moderne wetenschap, vanaf het eind van de achttiende eeuw. Door de grote vooruitgang op het gebied van productie, communicatie, ziektebestrijding en kennis, ging de mens voor het eerst in de geschiedenis op grote schaal geloven in de maakbaarheid van de wereld en van het leven zelf. De mens werd niet langer beschouwd als een machteloos wezen dat voor verbetering van zijn leven afhankelijk was van de gratie van boven, maar als een wezen dat volledige zeggenschap had over zijn eigen aardse lot. Of zoals de Amerikaanse denker Richard Rorty (1931-2007) het ooit formuleerde: 'In de negentiende eeuw is de mens opgehouden met hopen op

verlossing in een hiernamaals en begonnen met hopen op een beter leven voor zijn achterkleinkinderen.'

Dit geloof in de maakbaarheid van de wereld ging logischerwijs gepaard met verlies van het geloof in transcendente, buitenmenselijke autoriteiten. De mens was nu eigen baas: hij hoefde geen verantwoording af te leggen aan een hogere macht of een hoger doel, alleen aan zichzelf – een gedachte die later nog eens werd versterkt door de theorie van Charles Darwin (1809-1882) dat de mens niet gecreëerd, maar geëvolueerd was. God als schepper werd zo als het ware van zijn troon gestoten en vervangen door de mens en zijn technologie. Dit proces werd als een grote bevrijding ervaren. De mens was niet langer geketend aan de grillen van de natuur of de toevallige omstandigheden waarin hij ter wereld was gekomen, nee, hij was vrij om zijn eigen levensloop te bepalen.

Deze voor middeleeuwse begrippen uitzonderlijk hoogmoedige opvatting van het mens-zijn heeft in termen van welvaart haar vruchten afgeworpen. Alleen al het feit dat de levensverwachting van een gemiddelde Europeaan tweehonderd jaar geleden nog geen vijftig jaar was, geeft aan hoe ver het geloof in de maakbaarheid en de vooruitgang ons als samenleving heeft gebracht. Nu is de gemiddelde levensverwachting bijna verdrievoudigd tot vijftachtig – iets wat aan het eind van de middeleeuwen simpelweg ondenkbaar was. In eerste instantie nam de gevoelde zekerheid dan ook toe. Voor grote groepen mensen kon

voortaan een comfortabel bestaan worden gegarandeerd.

Maar in filosofische zin bracht het geloof in de maakbaarheid op den duur ook een nieuwe onzekerheid met zich mee. Het grote dilemma waarvoor de moderne mens zich gesteld zag door zichzelf tot schepper van zijn eigen lot te kronen werd namelijk: als de mens de maatstaf der dingen is, hoe kunnen wij dan ooit weten of de doelen die we stellen wel de 'juiste' doelen zijn? De mens is immers feilbaar en bovendien egocentrisch – hij streeft vooral zijn eigenbelang na. Het geloof in de maakbaarheid schonk de mens dus wel vrijheid – en daarmee een grenzeloze geldingsdrang –, maar ontnam hem tegelijkertijd de geruststelling dat er iets 'hogers' was waarop hij zijn handelen kon baseren. De afkalving van buitenmenselijke autoriteiten voedde dus een nieuw soort onzekerheid – ook wel 'existentiële angst' genoemd. Op aarde was de mens heer en meester, maar in het 'grotere geheel' was hij niet langer het middelpunt. Sterker nog, er was helemaal geen groter geheel, besepte men. Dat riep bij velen een gevoel van nietigheid op.

Dat gevoel nam in de loop van de twintigste eeuw verder toe doordat de globalisering in een stroomversnelling raakte. De opkomst van trein, auto, radio, telefoon en later televisie en internet zorgde ervoor dat de eens zo grote wereld in nog geen zestig jaar tijd in een *global village* veranderde. Door internationale verdragen, rechtbanken en parlementen raakten samen-

levingen ook in juridische zin steeds nauwer met elkaar verweven. Lange tijd werd dat proces door de politieke en intellectuele elite als iets louter positiefs gezien. Volkeren zouden langzaam maar zeker naar elkaar toe groeien en uiteindelijk één grote morele gemeenschap vormen, zo was de gedachte. De verspreiding van het kosmopolitische gedachtegoed, gecombineerd met het westerse vrijemarktliberalisme, zou ons allen tot wereldburgers maken. Niet voor niets kreeg het verenigde Europa in 1992 het slotkoor van Ludwig van Beethovens negende symfonie, *Alle Menschen werden Brüder*, als volkslied.

Aan de keerzijden van de globalisering werd daarentegen nauwelijks aandacht besteed. Massaconsumptie, grootschalige milieuschade, economische machtsconcentratie, massa-immigratie en verlies van nationale autonomie ten gunste van grensoverschrijdende wetgeving wekten bij velen een unheimlich gevoel, vooral bij lageropgeleiden. Zij profiteerden immers het minst, of het minst direct, van deze ontwikkelingen. De 'verliezers' van de globaliserende economie zagen hoe hun banen aan lagelonenlanden werden uitbesteed en tegelijkertijd hoe er grote groepen immigranten binnenkwamen om mee te delen in de welvaart hier. Dat hun nieuwe burens de taal niet spraken en er bovendien vreemde religieuze gewoonten op na hielden, wakkerde het gevoel van verlorenheid nog meer aan.

Bovendien bracht de globalisering ook een fundamentele verandering in de beleving van tijd en ruimte

mee. Afstanden werden relatief steeds kleiner – een fenomeen dat ook wel ‘tijd- en ruimtecompressie’ wordt genoemd. In die zin is globalisering veel minder modern dan vaak wordt gedacht. Het besef dat afstanden aan krimp onderhevig zijn, is al eeuwen oud – onder andere door de snelle verspreiding van religies, de scheepvaart en de astronomie. Niettemin heeft dat proces zich vooral de laatste decennia uitzonderlijk snel doorgezet. Vergaderingen werden plots over duizenden kilometers afstand gehouden via internet; e-mail bezorgde de post voortaan in een oogwenk en vliegen werd zo goedkoop dat nagenoeg iedereen het zich kon veroorloven om op verre vakanties te gaan.

Het besef dat de wereld in rap tempo kleiner werd, kreeg in de twintigste eeuw dan ook definitief een plaats in de filosofie. De Duitse denker Martin Heidegger (1889-1976) was de eerste die de effecten ervan theoretisch probeerde te duiden. Hij voorzag dat ‘de verdwijning van afstand’ het wezenskenmerk van de moderne tijd zou worden en dat de begrippen ruimte en tijd zowel in positieve als in negatieve zin aan betekenis zouden verliezen. Alles zou op den duur ‘even ver weg en even dichtbij lijken’, aldus Heidegger.

Heidegger karakteriseerde de globalisering daarmee dus vooral als een *psychologisch* fenomeen – een gemoedstoestand zelfs. Dat is een treffende observatie gebleken. Sommige mensen ervaren globalisering namelijk bij uitstek als iets positiefs: voor hen wordt de

wereld kleiner en worden daarmee de kansen om er iets voor te betekenen groter. Hoe meer mensen er met elkaar in contact staan, des te meer mogelijkheden er zijn voor de uitwisseling van goede ideeën, bruikbare goederen en interessante opvattingen. Voor deze groep is het verdwijnen van afstanden voordelig: het vergroot de eigen invloedssfeer, zoals het maakbaarheidsgeloof ook had gedaan.

Maar anderen ervaren globalisering als precies het omgekeerde: voor hen wordt niet de wereld, maar juist hun *eigen plek daarin* kleiner. Ruimte is immers een relatief begrip. Dat alles in de wereld ‘even ver weg en even dichtbij’ lijkt, kan dus evengoed het gevoel opwekken dat de eigen invloedssfeer nietiger wordt – analoog aan het gevoel dat ontstond toen men voor het eerst besepte dat het leven op aarde geen onderdeel was van een goddelijk plan. Het krimpen van afstanden wordt in deze groep dan ook vooral als een bedreiging gezien: er zijn meer mogelijkheden voor de uitwisseling van bezwaarlijke ideeën, gevaarlijke goederen en verkeerde opvattingen. Mede daarom trekt men zich terug in wat men als veilig gebied beschouwt – de eigen groep, cultuur of land.

Deze houding zou je kunnen vergelijken met wat in de psychologie agorafobie wordt genoemd. Lijders hieraan vrezen open ruimten, grote groepen en lange reizen. Die angst hangt meestal samen met een gevoel van controleverlies en onveiligheid. Daarom is er behoefte aan een *safe haven*: een plek die veilig, vertrouwd

en onder controle is. Dat deze houding zich tegenwoordig ook politiek manifesteert, hoeft geen verbaazing te wekken. Via televisie, krant en internet dringt de hele wereld zich voortdurend op – tot in de eigen huiskamer. Een gevoel van controleverlies en onveiligheid is dan een logisch gevolg.

Interessant om op te merken is overigens dat ook dit geen recent verschijnsel is. Net als globalisering zelf is ook de tweeledige reactie erop al eeuwen oud. Toen de eerste treinen gingen rijden, voorzagen sommigen een prachtige nieuwe wereld. 'Het voelt alsof de bomen en bergen van alle landen in de wereld dichtbij zijn gekomen,' schreef de Duitse dichter Heinrich Heine lyrisch. Een Engelse tijdgenoot vreesde echter dat zijn land door de spoorwegen 'ineen zou schrompelen tot één grote stad'.

Ook de opkomst van de radio zaaide, net als internet nu, grote verdeeldheid. Sommigen beschouwden het nieuwe medium als een hoogtepunt van menselijke innovatie, die het mogelijk maakte voorheen onbereikbare plekken en mensen te leren kennen. Anderen zagen het juist als een ultieme bron van verderf en onzedelijkheid, die de mensheid uit elkaar zou drijven en tot immoreel gedrag zou inspireren. Het geeft aan hoe belangrijk het begrip 'afstand' in onze belevingswereld is. Voor de een is het een cruciaal onderdeel van zijn welbevinden, voor de ander vormt het juist een enorme belemmering.

De hedendaagse zoektocht naar identiteit kan, kort-

om, worden teruggevoerd op een aantal fundamentele maatschappelijke veranderingen. De wereld wordt in relatieve zin steeds kleiner, terwijl het aantal keuzemogelijkheden alleen maar toeneemt. Worden deze ontwikkelingen respectievelijk als een bedreiging of als last ervaren, dan neemt de behoefte aan houvast en zingevende ankers toe. Die ankers worden echter niet meer zoals vroeger als vanzelfsprekend aangereikt door religieuze of politieke autoriteiten. In een wereld met steeds minder eenduidige aanknopingspunten wekt dat al snel een gevoel van desoriëntatie en onzekerheid op. Daardoor groeit, zowel op individueel als op collectief niveau, het verlangen naar een duidelijk afgebakende identiteit.

Het zou overigens een misverstand zijn om te denken dat dit verlangen slechts voorbehouden is aan een specifieke groep. Het verlangen naar een identiteit die onderscheidend en uniek, maar ook sociaal geaccepteerd en bindend is, manifesteert zich in de hele samenleving – onder jongeren én ouderen, laaggeschoolden én hoogopgeleiden, kansarmen én kansrijken. De vormen die een identiteit aanneemt, de elementen die daarin de doorslag geven en het belang dat men eraan hecht, verschillen echter radicaal per individu. De een vereenzelvt zich meer met het land waar hij woont, de ander juist met de opvattingen die hij koestert of met de familienaam die hij draagt.

Uit onderzoek van schrijfster en docente Anja Meulenbelt bleek dat bijna iedereen, gevraagd naar een

omschrijving van zichzelf, wel als eerste het geslacht vermeldt. Of we man of vrouw zijn, is kennelijk een van de meest wezenlijke onderdelen van ons 'ik'. Vrouwen met kinderen noemen bijna altijd ook hun moederschap als cruciaal onderdeel van zichzelf, terwijl vaders hun ouderschap vaker onvermeld laten. Daarentegen definiëren mannen zichzelf meer dan vrouwen in termen van hun werk of beroep. De volgorde blijkt ook te verschillen: mannen en vrouwen benoemen even vaak hun relationele status, maar vrouwen doen dat eerder.

Huidskleur, afkomst, religie en seksuele oriëntatie zijn met name voor leden van een minderheid cruciaal voor de zelfdefinitie. Dominante eigenschappen zoals 'blank', 'heteroseksueel' en 'niet-gehandicapt' zijn te vanzelfsprekend om noemenswaardig gevonden te worden. Daarin blijkt de tijdgeest ook van invloed: zo noemen moslims tegenwoordig hun godsdienst vaker én eerder dan, zeg, tien jaar geleden. Voor een Marokkaanse jongere uit Amsterdam Slotervaart zal de vorm en functie van zijn identiteit dus heel anders zijn dan voor een huisvrouw met drie kinderen in Purmerend. Toch is de zoektocht ernaar een universeel onderdeel van het mensenleven.

Van relatief recente datum is wel de dominante rol die de massamedia hierin spelen. De democratie is een mediocratie geworden en de cultuur een beeldcultuur. Via een onophoudelijke informatiestroom worden we geconfronteerd met dramatische incidenten,

emotionele gebeurtenissen en wereldwijde crises – van klimaatverandering tot voedselschaarste. Tegelijkertijd spiegelen tijdschriften, reclames en billboards ons utopische ideaalbeelden en onrealistische verwachtingen voor, variërend van een zo rijk en succesvol mogelijk leven tot het perfecte uiterlijk. De invloed van al die indrukken op ons wereldbeeld en onze zelf-perceptie moet niet worden onderschat, zeker niet omdat de gemiddelde burger inmiddels ruim twintig uur per week aan mediaconsumptie besteedt – twee keer zoveel tijd als aan de omgang met familie en vrienden.

Uit recent onderzoek van de Vlaamse socioloog Marc Elchardus is dan ook gebleken dat 'beeldvorming in de media' tegenwoordig de belangrijkste factor in ons stemgedrag is. Meer dan ooit vormen we ons oordeel over de maatschappij op grond van wat de media ons voorhouden. Geen wonder dus dat uit het grootschalige opinieonderzoek *21minuten.nl* naar voren kwam dat ruim 70 procent van de Nederlanders gelukkig tot zeer gelukkig is met zijn eigen privéleven, terwijl een even grote meerderheid bezorgd tot zeer bezorgd is over de samenleving als geheel. Burgers verkeren kennelijk in een vreemdsoortige welzijns-spagaat: op macroniveau schatten ze de werkelijkheid een stuk somberder in dan op microniveau. Hoewel de peiling zelf daar geen uitsluitsel over gaf, lijkt beeldvorming in de media daar de meest voor de hand liggende verklaring voor.

De media zijn immers, zeker in stedelijke gebieden, onontkoombaar geworden. Van gratis kranten in de trein tot beeldschermen in de tram of bus, van pop-ups op je computer tot de tv in de woonkamer – overal dringt het laatste nieuws zich aan ons op. Van de nieuwsconsument wordt bovendien voortdurend gevraagd zich op de een of andere manier tot dat nieuws te verhouden: er een mening over te hebben, zich erbij betrokken te voelen of er zelf iets aan te doen. Dat vertaalt zich voortdurend naar de vraag: wie ben ik in relatie tot de wereld om mij heen? Die vraag is niet nieuw, maar in de tijd voor de opkomst van de massamedia was 'de wereld om mij heen' van een andere orde. Men hoefde zich hoogstens te verhouden tot het dorp waar men woonde of de familie waartoe men behoorde. Nu behoort een tsunami in Thailand of een zelfmoord-aanslag in Bagdad eveneens tot onze dagelijkse beleavingswereld.

Ook dat heeft tot de onzekerheid bijgedragen. Niet alleen omdat we geconfronteerd worden met ander-mans ellende, in werelddelen die we vaak alleen van de televisie kennen, maar ook omdat de beeldvorming in de media zélf gewantrouwd wordt. In zijn bestseller *Het zijn net mensen* liet de journalist Joris Luyendijk al zien hoezeer onze waarneming van de werkelijkheid door beeldvorming wordt bepaald, beïnvloed en zelfs gemanipuleerd. Hij laat zich vooral somber uit over de rol van de journalist als traditionele waarheidszoeker, die de lezer/kijker objectief informeert over de stand

van zaken in de wereld. Die rol blijkt een mythe, constateert Luyendijk. Als correspondent in het Midden-Oosten ondervond hij aan den lijve hoe de journalist wordt onderworpen aan de censuur en de pr-machines van dictatoriale regimes die de vrije toegang tot nieuws en achtergronden proberen te belemmeren.

Die manipulatie beperkt zich echter allang niet meer tot dictaturen. Ook in Nederland wordt het aantal journalisten inmiddels overtroffen door het aantal woordvoerders en spindoctors. Zij worden ingehuurd om het nieuws vorm te geven ten gunste van hun opdrachtgevers. Zodoende wordt de journalist voor talloze belangenkarretjes gespannen. Sterker nog, zelfs de 'gewone man' op straat weet precies hoe hij voor de camera zijn verdriet of woede moet uiten om aandacht te krijgen of sympathie op te wekken. In het programma *Heerlijk Eerlijk Heertje* van de cabaretier Raoul Heertje werd willekeurige voorbijgangers eens gevraagd te reageren op een gebeurtenis die nog niet had plaatsgevonden. 'Wat voelde je toen Barack Obama president van Amerika werd?' was de vraag, terwijl de verkiezingen nog in volle gang waren. Moeiteloos acteerden de deelnemers hun reactie: ze wisten precies wat er door de televisiemakers van hen werd verwacht. Een vrouw vertelde zelfs hoe emotioneel ze was geworden van de inauguratieceremonie.

Dat geeft aan hoezeer de burger zich bewust is van beeldvorming – en van de nagenoeg onoplosbare tekortkomingen van de journalistiek. Het nieuws kan

niet 'objectief' zijn, maar wordt onbewust en onbedoeld gedicteerd door politieke agenda's, machtsstructuren en in scène gezette gebeurtenissen. De kijker of lezer rest daardoor weinig anders dan zich bedonderd te voelen. Wie moet hij geloven? Wat is nog betrouwbaar of waar? Is voormalig DSB-directeur Dirk Scheeringa een ordinaire oplichter of juist een held? Verdient president Obama de Nobelprijs of misleidt hij ons slechts met idyllische reclamepraatjes? Moet het vaccin voor de Mexicaanse griep massaal worden verspreid of vallen we dan ten prooi aan de wensen van de farmaceutische industrie?

Onze ervaringen en opvattingen – en daarmee wijzelf – zijn, kortom, gemediatiseerd, oftewel bemiddeld door beelden. Daar is zelfs geen ontsnappen meer aan, stelt de cultureel antropoloog Thomas de Zengotita in *Mediated – How the Media Shape the World Around You* (2005). De constante stroom van representaties die ons omringt, door De Zengotita enigszins sarcastisch de 'blob' genoemd, is onontkoombaar en vraagt voortdurend om aandacht en om een oordeel en dwingt ons zo tot zelfreflectie. Dat we ons nog precies herinneren waar en met wie we waren toen de aanslagen op New York plaatsvonden, toen Pim Fortuyn werd doodgeschoten of toen Barack Obama gekozen werd tot president, geeft aan hoe dominant de media zijn geworden in onze ervaring van de dagelijkse werkelijkheid.

Helemaal nieuw is die constatering niet. De Franse

filosoof Jean Baudrillard stelde al eerder dat we in een door mediarepresentaties bepaalde 'hyperrealiteit' leven. Daardoor bieden vertrouwde tegenstellingen geen houvast meer. Schijn versus werkelijkheid, representatie versus realiteit, nep versus authentiek of artificieel versus natuurlijk – een onderscheid daartussen maken is steeds moeilijker. En daardoor is de vraag 'wie ben ik eigenlijk?' – of beter nog: wie ben ik *echt*? – eveneens een bron van soms eindeloze zelftwijfel geworden. Kleed ik mij zo, omdat de reclames mij dat aanpraten – of is dit echt *mijn* smaak? Denk ik daar zo over, omdat opiniemakers mij dat voorkauwen – of is dat echt wat *ik* vind?

De beeldcultuur is dus dwingend, soms zelfs opdringerig. Sterker nog, was het eerst nog zo dat we beelden zochten als visualisering van de achterliggende realiteit, tegenwoordig bepalen de beelden zelf in hoge mate de werkelijkheid. Steeds meer actualiteitenrubrieken hebben een beeldrubriek met opmerkelijke televisiefragmenten, die als uitgangspunt van het nieuws worden genomen. ('We zien hier een interview met de maîtresse van Silvio Berlusconi. Wat denkt u? Kan zo iemand een land regeren?') Die beelden zijn dus steeds relevanter geworden. Niet alleen omdat ze als argumenten zijn gaan fungeren, maar ook omdat we die beelden zelf inzetten, gebruiken en zelfs imiteren in ons eigen leven.

Beelden krijgen zo een 'iconisch' karakter – een voorbeeldfunctie. Deze moderne iconografie stelt ons

in staat razendsnel oordelen te vellen over wie wij zelf en vooral wie anderen zijn. Daarmee worden personen tot prototypes gereduceerd. In de tv-quiz *Weten zij veel!?* spelen 'de players' (Antillianen met gouden kettingen) tegen 'de kakkers' (blanke corpsballen met jasje-dasje), 'de zonnebankconsulenten' (veel te bruine vrouwen) en 'de bibliothecaressen' (met bril en plooirok) – iedere groep gekleed in de outfit die we ervan verwachten, mét bijbehorend intelligentieniveau. Onbewust passen wij ons gedrag aan dat soort voorbeelden aan. De man die stoer en vrij wil zijn, zal al gauw poseren als de Marlboro Man uit de reclame – met leren jack, sigaret en een snelle auto. En wie zich als een hippe, onafhankelijke vrouw wil gedragen, neemt het kapsel van Jennifer Aniston over en drinkt frappucino's zoals de actrices in *Sex and the City*.

Door de alomtegenwoordige beeldcultuur is ook de identiteitsconcurrentie groter dan ooit tevoren. De strijd om 'iemand te zijn' wordt aangegaan met de halve wereld in plaats van met een kleine groep in eigen kring. Ertoe doen is een hele opgave geworden, nu de aandacht over een schier oneindig aantal personen en problemen moet worden verdeeld. Wie vandaag nog de winnaar van *Idols* is, is morgen alweer vergeten. Die identiteitsconcurrentie manifesteert zich met name op internet. Op websites als MySpace, Facebook en Hyves presenteren miljoenen mensen zichzelf aan de wereld via een digitaal profiel van hun persoonlijkheid – met daarop hun favoriete merken, boeken, films, ge-

rechten en tv-programma's, hun grootste hobby's, interesses en ergernissen of hun helden en idolen. Via Twitter houdt men elkaar bovendien op de hoogte van zijn dagelijkse beslommeringen of zijn opvattingen over het laatste nieuws, en op YouTube maken vooral jongeren hun talenten graag wereldkundig in de hoop ontdekt te worden of zo veel mogelijk digitale vrienden, volgers of bezoekers te trekken.

Het digitale profiel is de modernste vorm om onze identiteit te beschrijven en uit te dragen. Maar wat er inhoudelijk op die profielen aangetroffen wordt, kent vele historische en filosofische wortels. Dat iemand zich vereenzelvigd met bepaalde merken of producten is geen hedendaagse modegril, maar kan direct worden teruggevoerd op het consumentisme, dat zijn oorsprong vindt in de negentiende-eeuwse romantiek. Dat iemand zichzelf voornamelijk definieert aan de hand van een bepaalde hobby, baan of beroep kan als resultaat worden beschouwd van het existentialisme uit de twintigste eeuw, toen filosofen als Martin Heidegger en Jean-Paul Sartre (1905-1980) de mens niet langer omschreven in termen van wat hij is, maar in termen van wat hij doet. En dat iemand zijn profiel aangrijpt om zijn mening of morele principes uit te dragen (wat ik vind is wie ik ben), is een rechtstreeks product van het achttiende-eeuwse verlichtingsdenken, waarin filosofen als Immanuel Kant (1724-1804) de mens definieerden als een redelijk en moreel wezen, wiens identiteit bestaat uit de principes die zijn wereldbeeld omvat.

Over deze filosofische wortels van onze identiteit gaat dit boek. Daarmee hopen wij een lacune in het debat te vullen. Want hoewel de discussie over identiteit al lange tijd gaande is, blijven diepgravendere analyses meestal achterwege. Onderliggende vragen, zoals wat identiteit eigenlijk betekent en wat het belang ervan is, worden vaak niet eens gesteld – laat staan beantwoord. De filosofie stelt die vragen al ruim tweeduizend jaar. Wat is een mens eigenlijk? Hoe is het zelfbewustzijn ontstaan? En wat zijn precies de wezenskenmerken van ons 'ik'? Is de mens primair een denkend wezen of een gevoelsdier? Richt het menselijke ego ons voornamelijk op onszelf of juist op anderen? Zijn we vrijer geworden of voelen we ons nu des te meer verplicht om iets te maken van ons leven? Die vragen hebben in de loop der tijd talloze definities van de mens opgeleverd – definities die nog altijd grote invloed uitoefenen op de perceptie van onszelf en anderen, op de politiek en het onderwijssysteem, zelfs op onze normen en waarden.

Aan de totale geschiedenis van het denken over identiteit is onmogelijk recht te doen. Het thema is ongekend breed en complex en kent naast filosofische ook psychologische en sociologische dimensies die het verkennen meer dan waard zijn, maar waarvoor een bibliotheek vol boeken nog niet zou volstaan. Een totaaloverzicht pretenderen we in dit boek dan ook niet te geven. We proberen slechts een filosofische context te schetsen waarbinnen het thema identiteit be-

grepen kan worden, gekoppeld aan de vragen en dilemma's van nu. Waarom noemen we Rita Verdonk een 'sterke persoonlijkheid' en Wouter Bos een 'draai-er'? Waarom vereenzelvigen we ons zo gemakkelijk met het Nederlands elftal, maar nauwelijks met het Europese continent? Wat heeft keuzestress met identiteit te maken en wat kun je eraan doen? En wat zegt het over ons dat we allemaal met een iPhone, een ik-telefoon, op zak willen lopen?

In ieder geval dat er maar weinig is wat de mens meer bezighoudt dan zichzelf.

Stine Jensen en Rob Wijnberg
Amsterdam, maart 2010