



## Leisure at last

Vakantie. Binnenkort perst u zich weer in een te krappe vliegtuigstoel, of stelt u zich in slagorde op in de file naar het zuiden. Of, ook heel erg van deze tijd, u bemachtigt een kaartje voor de laatste Hollywood-kraker, gaat winkelen in de Factory Outlet Mall, bekijkt een vreemd museum in een vreemde stad en neemt u nogmaals voor binnenkort toch

eens het museum in uw eigen stad te bezoeken. Daaraan vooraf gaan weken van verdubbelde stress, om er zeker van te zijn dat hoofd en aktetas leeg zijn als het zover is. Want in uw vakantie hoeft u niets, bepaalt u zelf het tempo, leeft u werkelijk bij de dag. Maar niets is minder waar, en dat weet u. In werkelijkheid is uw vrije tijd een strak geregisseerde bezigheid waarmee u uw illusie van vrijheid vorm geeft, en tegelijkertijd uzelf en onze economie draaiende houdt. Want of het nu die Hollywood film of dat rustieke Franse dorpje is, het is niet echt; het is bedacht of in stand gehouden voor en door uw portemonnee.

Zo, dat is er uit. De rest van dit stukje, en van dit blad, hoeft u niet te lezen. Bovenstaande is trouwens wel een erg achterhaald idee van vakantie; u chilled en raved immers het hele jaar door? En uw werk, dat is geen stress, maar een dagelijkse uitdaging, waar u bovendien de mensheid een groot plezier mee doet. Dat u daar geld mee verdient, wat is daar op tegen? Trouwens, geld uitgeven kan zeker zo plezierig zijn als 't verdienen, dus waar bemoel ik me mee? Leisure en entertainment [vrije tijd en vermaak] zijn een normaal onderdeel van ons dagelijks leven geworden, vaak in een adem genoemd met kunst en leefstijl. Met hedonisme heeft dat in onze laatkapitalistische socio-economische samenleving niets te maken. Vermaak, of althans de

illusie van vermaak, zit in onze genen. Opgegroeid als televisiegeneratie kennen we de taal ervan, en dat heeft weer geleid tot een nieuwe linguïstiek. Niet het vermaak zelf, maar de aangevers zijn al voldoende voor de ervaring. Zoals de violen bij een televisiedrama de mate van romantiek aangeven, of het ritme van de geregisseerde lachsalvo's de leukheid van een comedy bepaalt. Vond u werkelijk dat lang gezochte modeartikel in de Factory Outlet, en was het werkelijk goedkoper? De belofte van een idee, een illusie, is belangrijker dan de kwaliteit van de echte ervaring. U weet dat u de simpele authenticiteit van dat Franse of Italiaanse dorpje ruïneert door erheen te gaan, maar toch trekken we er en masse naar toe om de tijdelijke fantasie van een eenvoudig bestaan te ondergaan. Zij die ons voor waren hebben er voor gezorgd dat we er behalve de Telegraaf ook artisanale olijfolie kunnen kopen, zodat wij ons volop kunnen verwonderen hoe onbedorven het er nog is.

De illusie van vermaak is een derivaat van de werkelijke emotionele, psychologische, intellectuele of zelfs fysieke ervaring. Wij houden ervan de werkelijkheid te vervalsen, schreef Umberto Eco, dat is emotioneel ook veel economischer. De illusie van vermaak verschaft evenveel genoeg, maar is minder veeleisend en bespaart ons de risico's. We moeten de illusie niet verwarren met oppervlakkigheid. Het is het effect zonder de oorzaak, en de manieren en codes om dat te bewerkstelligen zijn net zo belangrijk geworden als de oorspronkelijke ervaring. Steeds vaker beoordelen we een product op de manier waarop die effecten zijn toegepast. Een aansprekend idee, professioneel uitgevoerd, laat ons de ruimte de ervaring die er bij hoort zelf in te vullen. En om zelf te bepalen of dat leidt tot diepgang of betrokkenheid. Fijne vakantie!

**Kees Spanjers**