

Een cultuur van lawaai maakt doof

Peer Verhoeven



Jullie

Jullie die misdeelden uitzuigt
en armoedzaaiers uitbuit,

jullie zit te popelen
tot het feest voorbij is
en de rustdag ten einde -

dan kun je met graan
de markt op, je koren verpatsen.

Daar knoei je met de weegschaal
verklein je de maat
en verhoog je de prijs -

de kleine man prijs je uit de markt
en de arme drommel koop je op
voor een paar afgetrapte sandalen.

Luister:
omwille van mijn mensen
reken erop, dat van al wat je doet
mij niets ontgaat.

(Amos 8,4-7;
vert. Peer Verhoeven)



De momenten waarop mensen een indringend en verhoogd besef hebben van 't leven - ook het eigen leven - zijn bijna altijd de ogenblikken dat ze alleen zijn en stilte kennen. Een cultuur van lawaai maakt ons doof voor de wezenlijke dimensie van de werkelijkheid.

(Ton Lemaïe)

Zondagmiddag 16 maart hield econoom Henk Van Tuinen (1946) in het kader van de cyclus *Oefenen voor een andere tijd* van de bibliotheek te Oss een lezing. Het Brabants Dagblad (14/3/14) besteedde uitgebreid aandacht aan de mening van Van Tuinen in *Reclame is gif in de samenleving*. 'Ook bij de overheid heerst het marktdenken. Sinds de jaren tachtig is de trend *minder overheid, meer markt*', zegt deze kritische econoom. 'Ik ben ervan overtuigd geraakt dat de hufferigheid een gevolg is van de toegenomen commercialisering. Reclame probeert je namelijk impulsiever, individualistischer en hebberiger te maken ... De commercialisering zie je in de hele cultuur', aldus Van Tuinen. De reclame stoort zich niet aan tijd en uur en evenmin aan het eigene van sommige perioden en feestdagen in het jaar die wellicht goeddeels door de kerken zijn ingevuld maar in feite gebaseerd zijn op de gang van de natuur. De dagelijks meermalen te horen aankondiging van verslaggevers voor radio en tv 'Na de ster' klinkt als een waardeoordeel: reclame heeft voorrang. Meer en meer verkleurt de samenleving tot een verzakelijk wereldje waarin productie, consumptie, geld en concurrentie zowat de hele regenboog vormen en waarin je niet het lief moet hebben hun naam oneerbiedig te gebruiken. De veelheid die aangeboden en de haast waarmee gepresenteerd wordt, de manier waarop programma's respectloos op een willekeurig moment met reclame onderbroken worden, zijn een aanslag op de goede smaak, op de ziel der dingen; een promotie van vervlakking, leegte, hufferigheid. De vercommercialisering blijkt en wordt ook gepromoot door winkels tot laat in de avond en op zon- en feestdagen open te houden. Het tekent het straat- en stadsbeeld, bemoeilijkt en ontwent personeel deel te nemen aan culturele activiteiten en maakt het kleine grutters onmogelijk om in de race te blijven. Beweren dat zó tegemoet gekomen wordt aan de wens van de mensen is een bedriegertje. Het gaat om de omzet verhogen en dit zal inderdaad uiteindelijk als effect hebben dat mensen steeds méér en op hun tijd en uur willen.

Telkens beweren dat het achterhaalde christelijke achterblijvers zijn die de rustdag willen sparen, is goedkoop en kortzichtig. Het ritme van werkdagen en rustdag, van arbeid en bezinning, van uitgelaten en ingetogen heeft een dieper fundament dan een godsdienstige vormgeving ervan. Het is verontrustend dat de overheden blijkbaar niet inzien dat zó een klimaat wordt geschapen waarin veel kwaad en minderwaardigs wordt geboren. Het heeft weinig zin om tegen dit en dat dan en dan op te treden met onderzoek en maatregelen, wanneer het verziekte klimaat niet aangepakt wordt. Het blijft dan op vele terreinen dwelen met de kraan open. Er wordt - al tijden, al eeuwen - iets in mensen weggedrukt en vernietigd dat zij niet kunnen ontberen om echt mens te worden.

Stilte is wortel en zin van de werkelijkheid
(Lao Tse)

*Hoe reëel is onze wereld dan nog,
hoezeer van het leven vervreemd?*

*Hoe realistisch zijn dan niet de religieuzen
met hun dagelijkse vaste ritme van
handen uit de mouwen en handen gevouwen -
de monniken, vaak voor wereldvreemd versleten,
die hun dagen in stilte beleven?*

*Niets zegt zoveel als stilte.
Niets doet zoveel als rust.*
(Peer Verhoeven)