

# PUBLIEKE REACTIE: CULTUURCRISIS MAAKT OLIECRISIS ZOET

Ruut Veenhoven

*Uit: 'Crisis op de korrel', H. van de Braak (red.), Universitaire Pers Rotterdam, 1974  
ISBN 90 237 10916 blz. 107-115*

De oliecrisis is met een zekere gretigheid ontvangen. Vooral in Nederland. Sommige mensen lijken het haast wel leuk te vinden en het merendeel van de bevolking blijkt makkelijk bereid om zich allerlei beperkingen op te leggen. Er wordt goed de hand gehouden aan de maximum snelheid; het elektriciteitsverbruik daalde beduidend en de autoloze zondag zowel als de distributie werd zonder noemenswaardig protest geaccepteerd. Ondertussen verleende het parlement de regering ongekende bevoegdheden om de sociaal-economische gevolgen van deze crisis op te vangen.

Er zijn twee redenen om dit verschijnsel opmerkelijk te vinden. De eerste reden is dat we een andere reactie mogen verwachten. Het lag in de lijn der verwachtingen dat de energiecrisis alom gevoelens van angst, teleurstelling en tekort zou oproepen: dat men negatief en afwerend zou reageren, de kop in het zand zou steken enz. De tweede reden betreft het feit dat de meerderheid van onze bevolking eigenlijk helemaal niet zo erg in de crisis gelooft. Uit recent opinie-onderzoek blijkt dat bijna 70 % van de Nederlanders meent dat er geen sprake is van een noodsituatie.<sup>1</sup> Dat verklaart natuurlijk wel waarom de mensen zo opgewekt blijven onder de oliecrisis, maar maakt het hoogst onbegrijpelijk waarom ze dan toch bereid zijn zich allerlei reële offers te getroosten.

Dit verschijnsel kan vanuit verschillende gezichtspunten verklaard worden. We kunnen het interpreteren als een uiting van Hollandse voorzichtigheid of als een uitvloeisel van milieubewustheid. De gebeurtenissen kunnen ook worden toegeschreven aan acties vanuit de communicatiemedia en niet te vergeten natuurlijk aan manipulaties van het grootkapitaal. Zo zijn er nog meer ingangen denkbaar die ieder voor zich een bepaald aspect naar voren halen en andere aspecten onderbelicht laten. Ik wil het verschijnsel hier bezien in het licht van de huidige cultuurcrisis. Daarbij wil ik de stelling aannemelijk maken dat de gretige en volgzame reactie op de oliecrisis verband houdt met de huidige cultuurcrisis; met de in ons land alom aanwezige twijfel over de vraag wat nu nog langer goed en zinvol is en waar we eigenlijk naar toe moeten.

## **1** **Waarom vinden zoveel mensen de oliecrisis eigenlijk wel leuk**

Zoals gezegd hadden we mogen verwachten dat de mensen de oliecrisis algemeen negatief zouden waarderen, maar is die verwachting niet uitgekomen. Ondanks het feit dat de olieschaarste ons berooft van comfort waaraan we gewend zijn en onze heilige koeien van welvaart en werkgelegenheid bedreigt zijn de reacties zeker niet unaniem negatief. Veel mensen lijken het in hun hart eigenlijk best leuk te vinden.

Als zo'n voor de hand liggende verwachting niet uitkomt betekent dat eigenlijk dat de common-sense verklaring tekort schiet: dat de theorie die men onbewust hanteert niet klopt en dus dat de vooronderstellingen waarvan men uitgaat kennelijk te kort schieten.

In dit geval betekent het dat we er niet komen met de common-sense assumptie dat mensen alles wat bijdraagt tot hun comfort en veiligheid leuk vinden en alles wat dat bedreigt niet-leuk. We zullen het moeten zoeken in iets minder vanzelfsprekende vooronderstellingen. Hieronder een drietal van die veronderstellingen die tezamen leiden tot een andere conclusie.

### 1.1 *Mensen hebben doelen nodig*

Wij mensen zijn doelzoekende wezens. In tegenstelling tot dieren zijn wij niet gemaakt om vaste voorgeprogrammeerde doelen na te streven. Het meest onderscheidende van het menselijk bestaan is de noodzaak, het vermogen en de behoefte om doelen te bepalen; te kiezen. Biologisch gezien is dat onze sterkste troef. Het verschaft ons de mogelijkheid om ons in sterk verschillende omgevingsituaties te kunnen handhaven en het maakt op langer termijn gericht handelen mogelijk waaruit de beschaving kon ontstaan. Vanuit psychologisch oogpunt vormt deze eigenschap echter ook een last. Zinnvolle doelen vinden is niet altijd even makkelijk. Het komt dan ook vaak voor dat mensen geen idee hebben van waar ze eigenlijk naar toe leven en waarom. Dat leidt dan vaak tot gevoelens van onbehagen, want zoals bij alle adaptieve potenties het geval is heeft de natuur ook aan ons vermogen tot doelbepaling een emotioneel signaal verbonden dat duidelijk registreert of wij wel voldoende gebruik maken van de in ons ingebouwde middelen tot handhaving.

Mensen die weten waar ze naar toe willen, die in de zinvolheid van waarden en daaruit voortvloeiende doelen kunnen geloven voelen zich daar prettig bij. Anderzijds vertonen mensen die in twijfel verkeren over de bestemming van hun leven vaak tekenen van onrustige lusteloosheid. Bij chronische twijfel kunnen zich ziektebeelden ontwikkelen die wel eens met de term 'existentiële neurose' zijn aangeduid. Uit onderzoeken naar geluksgevoel blijkt ook een aanmerkelijk lagere geluksscore van mensen die twijfelen over hun levensdoelen.

### 1.2 *Mensen ontlenen hun doelen grotendeels aan hun cultuur*

Mensen zijn er niet op gebouwd om zich in hun eentje staande te houden. Daarom zijn mensen ook steeds samengeklit in allerlei groepsverbanden van waaruit zij gezamenlijk pogen om de problemen van het bestaan het hoofd te bieden. Menselijke samenlevingen bieden voorzieningen voor alle fundamentele existentiële problemen: verdedigingsorganisaties ten behoeve van fysiek lijfsbehoud, arbeidsverdeling ter verzekering van de consumptie, wetenschap en religie om de omringende wereld verklaarbaar, voorspelbaar en beheersbaar te maken, enz. Ook voor het existentiële probleem van doelkeuze bieden alle wenselijke samenlevingen in meerdere of minder mate voorzieningen.

Alle culturen kennen ideaalbeelden waarnaar mensen kunnen leven. Sommige culturen bieden slechts één uniform levensdoel, andere bieden een keus uit een scala van verschillende zingevingen. Soms zijn de aangeboden doelen uiterst globaal, soms ook treft men levensdoelen die tot in detail in nauwkeurig omschreven rolgedragingen en daarbij behorende gevoelsmatige belevingen zijn uitgewerkt. Ook qua inhoud zijn de aangeboden zingevingen sterk verschillend. Al naar gelang achtergrond en omstandigheden wordt strijd, contemplatie, creativiteit, lustbevrediging, solidariteit of welke waarde dan ook uitgeroepen tot het hoogste doel.

Het is dan ook niet zo dat ieder mens geheel voor zichzelf moet gaan zitten denken hoe hij zijn leven nu eens inhoud moet gaan geven. Als de gangbare culturele doelen vanzelfsprekend zijn, en hun waarde buiten discussie staat vindt er meestal niet eens een bewuste keuze plaats, accepteert men eenvoudig wat iedereen al altijd de meest juiste levensbestemming heeft gevonden.

### 1.3 *De zingevingen die onze cultuur biedt hebben aan vanzelfsprekendheid ingeboet. Dit wekt twijfel en onbehagen*

Onze Nederlandse cultuur heeft verschillende zingevingen te bieden. De meest in het oog springende daarvan is de laatste decennia wel opwaartse sociale mobiliteit geweest. Nog niet zo lang geleden zijn als gevolg van vooral economische ontwikkelingen de stadsgrenzen in onze samenleving wat minder moeilijk overschrijdbaar geworden en sindsdien is een toenemend aantal mensen de zinvolheid van hun bestaan gaan afmeten aan het aantal sporten dat zijzelf of hun kinderen op de maatschappelijke ladder wisten te stijgen. De toeneming van

de populariteit van sociale stijging als levensdoel werd sterk bevorderd door het feit dat in Nederland bijna een halve eeuw lang kerk, school, politiek en massamedia goeddeels beheerst werden door emancipatiebewegingen. Ook nu nog is ‘doorstroming’ een hoog geschatte waarde. Mensen willen ‘vooruit komen’. In de midden-milieus tracht men dit doel vooral gestalte te geven door het verwerven van aanzienlijke, verantwoordelijke posities. In de handarbeidersmilieus richt het streven zich meer op het verhogen van het consumptieniveau teneinde daarmee de opneming in de burgerstand te symboliseren.

Zoals bekend is dit soort van levensbestemming de laatste jaren danig op de tocht komen te staan. De achterliggende individualistische competitieve mentaliteit wordt fel bekritiseerd en men gaat zich allengs afvragen of de vroegere standsgrenzen niet zo langzamerhand vervangen zijn door evenmin overschrijdbare intelligentiegrenzen. Kortom twijfel. Het zelfde geldt voor een aantal andere zingevingen die onze cultuur in haar assortiment heeft; religie en het huwelijk. Beide zijn dat ook waarden ‘waarvoor men kan leven’, niemand kijkt gek op als mensen daar het overgrote deel van hun tijd, energie en emoties in investeren. Echter ook deze doelen beginnen aan geloofwaardigheid te verliezen. Zeker de kerk. In de stroom van kritiek zijn tot nog toe weinig alternatieven komen bovendrijven. Er zijn wel aanzetten in de hippe jeugdcultuur en in sommige politieke en religieuze groepjes, maar geen daarvan is nog erg aangeslagen. Voorlopig wordt steeds maar luider geroepen hoe het niet moet en wordt steeds minder duidelijk hoe we ons leven dan wel moeten inrichten. Om het in passend vakjargon uit te drukken: onze cultuur gaat steeds meer anomische trekken vertonen. Het is bekend dat maatschappelijke anomie kan leiden tot individueel onbehagen, zelfs tot een toeneming van het zelfmoordcijfer. Het is dan ook gerechtvaardigd om de kennelijke onvrede van de laatste jaren, het hoge aantal psychische klachten en het toenemend gebruik van drugs en alcohol mede in dit licht te bezien. De huidige cultuurcrisis speelt niet alleen in de kolommen van opiniebladen, maar wordt wel degelijk door een hoop mensen gevoeld.

#### 1.4 *De oliecrisis schept een doel voor de korte termijn en opent het uitzicht op nieuwe zingevingen op langer termijn*

Het olietekort heeft twee effecten. Ten eerste geeft het ons weer even wat te doen en te overdenken waarvan de zinvolheid boven twijfel staat, ten tweede opent het perspectief op de ondergang van onze consumptiecultuur en opkomst van nieuwe zingevingskaders in plaats daarvan. Om met het eerste te beginnen: de oliecrisis geeft ons plotseling weer wat leuks om handen. Een onuitputtelijk gespreksonderwerp, een inspiratie tot het maken van allerlei ingenieuze plannen, stimulans om de gewone dingen van de dag weer eens anders te gaan doen, enz. Veel mensen kunnen daarin de energie en creativiteit kwijt waar ze bij gebrek aan zinvolle doelen geen bestemming voor wisten. Belangrijk is voor hen vooral ‘dat er wat gebeurt’. Juist mensen die uit zichzelf niet goed weten wat ze nu eigenlijk willen en leuk vinden zijn sterk afhankelijk van dit soort externe impulsen. Daarnaast vinden erg veel mensen het ook leuk om gewoon weer eens zuinig te zijn. We weten van vroeger haast allemaal hoe dat moet; hoe je met weinig brandstof uit kunt komen en we kennen allerlei foefjes om geld te besparen. Dingen die je goed kunt zijn vaak leuk om te doen; ‘intrinsiek belonend’ zoals dat heet. We ervaren het dan ook vaak als teleurstellend als die bekwaamheden niet meer zinvol toepasbaar zijn; b.v. als het niet eens meer voordelig blijkt te zijn om zelf groenten te wekken. De crisissfeer maakt zuinigheid met althans energie plotseling weer zinvol, en veel mensen beleven een zeker genoegen aan de reactivering van hun vermogens op dat punt.

Ten tweede het uitzicht op cultuurverandering; een belangrijk aspect waarschijnlijk. Culturen veranderen niet vanzelf. Ook niet wanneer er grote onvrede bestaat met de doelen die worden nagestreefd en de middelen die daarbij gehanteerd worden. Bij gebrek aan

mogelijkheden en alternatieven blijven de ontevredenen meestal mokkend in het patroon meelopen. Ook bij de critici van onze consumptiemaatschappij verschijnt met kerstmis kalkoen op tafel en ook zij hebben vaak een auto en een centraal verwarmd huis. Het is moeilijk om jezelf beperkingen op te leggen als verder haast niemand dat doet en je bovendien nog voor gek versleten wordt. Daarom is voor een werkelijk ingrijpende cultuurverandering vaak meer nodig dan wat goede wil alleen. Een oorlog, revolutie, natuurramp, een verandering in de techniek, enz. Het lijkt erop dat sommige mensen in hun hart hopen dat de oliecrisis zo'n impuls zal zijn. Dat de energieschaarste een eind zal maken aan onze consumptiemaatschappij en dat daardoor allerlei zingevingen die het tot nog toe tegen het materialisme hebben moeten afleggen een nieuwe kans krijgen. Dat de mensen bijvoorbeeld meer oog gaan krijgen voor de waarde van intermenselijke contacten als zodanig; los van het economisch voordeel dat je van relaties kunt hebben. Of dat soort nieuwe doelen inderdaad voor de oude zingevingen in de plaats zullen komen is echter niet duidelijk.

Aannemelijk is hoogstens dat de materialistisch georiënteerde doelen iets van hun dwingende kracht gaan verliezen.

## 2 **Waarom zoveel volgzaamheid?**

Het verschijnsel dat wij makkelijk allerlei beperkende maatregelen accepteren en zo grif bereid zijn om de overheid grote bevoegdheden toe te kennen kan op een zelfde manier gezien worden. Ook hier is de reactie anders geweest dan we op grond van common-sense hadden mogen verwachten. In een tijd waarin democratisering als één van de hoogste politieke idealen geldt, verwacht je geen plotselinge aanneming van een Machtigingswet. Evenmin ligt het voor de hand dat in een land waar de snelheidsbepalingen in de bebouwde kom regelmatig met de voeten op het gaspedaal overtreden worden de automobilisten op de grote wegen opeens niet harder dan honderd gaan rijden. Ook hier weer kan een verklaring gevonden worden in de mate waarin algemeen aanvaarde en als zinvol beleefde doelen aanwezig zijn, en ook hier weer zullen we deze verklaring in afzonderlijke proposities uiteen leggen.

### 2.1 *Aan acceptatie van leiderschap gaat overeenstemming over doelen vooraf*

Aanwezigheid van duidelijk herkenbare en relevante doelen is niet alleen belangrijk voor het individueel welbevinden, maar blijkt ook een voorwaarde te zijn voor onderlinge solidariteit en voor acceptatie van leiderschap. De momenteel meest gangbare theorie op dit punt komt in essentie op het volgende neer. Mensen zijn meer bereid tot onderlinge samenwerking naarmate zij a) meer doelen gemeen hebben b) die doelen als relevanter en aantrekkelijker ervaren c) die doelen hen duidelijker voor ogen staan d) die doelen op korter termijn spelen en e) zij zich voor realisering van die doelen meer van elkaar afhankelijk weten. Hoe meer zij beseffen dat gecoördineerde actie noodzakelijk is, hoe makkelijker zij ook voorstellen en bevelen van leiders accepteren. Hoe beter die leiders daarbij aansluiten op de problemen die de mensen bij realisering van de betreffende doelen ervaren, hoe groter ook de kans dat zij gevolgd en gewaardeerd zullen worden.<sup>2</sup>

### 2.2 *Het ontbreekt ons momenteel aan als relevant ervaren politieke doelen*

Als we het politiek leiderschap in ons land vanuit dit gezichtspunt bezien, dan valt op dat het ons momenteel ontbreekt aan duidelijke, algemeen aanvaarde en als relevant gevoelde politieke doelen. Dat is nog niet zo lang het geval. Nog geen vijftig jaar geleden was sociale verheffing een doel waarvoor het merendeel van de bevolking echt warm liep. Rond dat doel heeft ons politieke bestel zich ook uitgekristalliseerd. Onze zuilen van samenhangende partijen, vakverenigingen, kranten, universiteiten en omroepverenigingen komen voort uit de

verschillende emancipatiebewegingen van die tijd. Toen dit doel zover gerealiseerd was dat in ieder geval voor de meest begaafden uit alle groepen de leidinggevende posities in het staatsbestel toegankelijk werden, werd met algemene instemming het doel verlegd naar verhoging van de welvaart voor allen. De economische crisis van de jaren dertig en de verwoestingen als gevolg van de oorlog gaven dit doel een grote duidelijkheid en een directe relevantie. Men was zich scherp bewust van de noodzaak van gecoördineerde actie en accepteerde dan ook een grote overheidsbemoeiing, zelfs met lonen en prijzen. Zoals bekend met succes. In nog geen twintig jaar is de materiële welvaart meer dan verdubbeld. Het oorspronkelijke doel is daarmee goeddeels vervuld. De behoefte aan nog meer welvaart neemt nu ook zienderogen af; te meer omdat men allerlei schadelijke neveneffecten van economische groei begint te onderkennen. Een nieuw doel is echter nog niet gevonden, en het ontbreken daarvan leidt tot een politieke malaise in ons land. De malaise uit zich in een snel verval van de gevestigde politieke blokken. Zuilen vallen uiteen en de partijen verliezen hun leden. Zelfs politieke partijen die er qua zetelstal op vooruitgaan zien hun ledental in nog geen tien jaar tot minder dan de helft teruglopen. Daarentegen ziet men te zelfde tijd een opvallende opbloei van allerlei actiegroepen. Dit zijn groepen die wat betreft de duidelijkheid van hun doelen het spiegelbeeld vormen van de grote partijen. Zij richten zich op één enkel duidelijk afgebakend doel met een vaak onbetwistbare relevantie. De grote partijen daarentegen raken steeds verder verward in de complexiteit van de details van het welvaartsstreven, waarvoor het enthousiasme tanende is. De belangstelling voor hun activiteiten daalt daardoor en het stemgedrag wordt grilliger. Men heeft geprobeerd deze ontwikkeling om te buigen. De politieke voorlichting is verbeterd, informatie is toegankelijker geworden, er zijn nieuwe inspraakprocedures, men is aan 'personality-building' gaan doen en het laatste middel heet 'polarisatie'. Het probleem is met fantasie aangepakt maar het succes lijkt gering. Dat is niet te verwonderen als men ervan uitgaat dat het primair om inspirerende doelen gaat en dat al het andere secundair is.

### 2.3 *De oliecrisis schept een relevant doel.*

De oliecrisis schept een probleem dat iedereen raakt. Of men er nu blij mee is of niet, iedereen ervaart de noodzaak om onze samenleving zo in te richten dat wij met minder olie toekunnen. Dat doel is vanzelfsprekend en duidelijk. Iedereen weet wat voor praktische consequenties er aan vast zitten. Veel duidelijker in ieder geval dan doelen als 'democratisering', 'vorming', 'voortgang', 'christelijk beleid', 'socialistische maatschappij' enz.

In dit licht bezien is het niet zo verwonderlijk dat onze politieke leiders plotseling meer steun krijgen dan in het recent verleden. Er is eindelijk weer eens iets waar we het als vanzelfsprekend over eens kunnen zijn. Er is een gemeenschappelijk doel waarvan de relevantie alom erkend wordt, dat duidelijk is en reeds op korte termijn consequenties met zich meebrengt. Een doel ook dat alleen gerealiseerd kan worden middels gezamenlijk en gecoördineerd handelen. Kortom: de meest fundamentele voorwaarden voor acceptatie van leiderschap zijn aanwezig.

## 3 **Een typisch Nederlandse reactie?**

Het lijkt er op dat in Nederland gretiger op de oliecrisis gereageerd wordt dan in de ons omringende landen. Met zekerheid valt dat niet vast te stellen, maar uit krantenberichten krijg je wel die indruk. In het licht van de hierboven gegeven verklaring zou dat ook niet zo verwonderlijk zijn. Als de publieke reactie wordt beïnvloed door het specifieke culturele klimaat, dan is de reactie natuurlijk per land enigszins verschillend. Het culturele klimaat in Nederland wordt gekenmerkt door een vrij uitgesproken onbehagen met de huidige consumptie-maatschappij. In geen ander land zijn zoveel exemplaren van het rapport van de

Club van Rome verkocht als bij ons. Ook onze interne politieke situatie verschilt van die van andere Europese landen. Er zijn bij ons in ieder geval minder belangrijke problemen in het spel dan in onze buurlanden. Wij hebben geen grote binnenlandse tegenstellingen die een geprononceerd leiderschap noodzakelijk maken en ook maken wij geen opzienbarende verandering in onze oriëntatie op het buitenland door. Onze politieke problemen spelen op het niveau van de inflatiecorrectie. De betrekkelijkheid van die problemen verhoogt de aantrekkelijkheid van de energiecrisis als object van politieke actie.

#### 4 **Blijvend of tijdelijk?**

Op grond van deze interpretatie van de publieke reactie op de oliecrisis mogen we verwachten dat er ook in de toekomst een sterke neiging zal zijn om energieproblemen te herkennen, te aanvaarden en wellicht soms te overschatten. Men zal ook makkelijk geneigd blijven om politieke beslissingen met deze problemen te legitimeren. De onvrede met ons cultureel bestel zal namelijk wel niet van vandaag op morgen verdwijnen.

Niettemin zal de aanvankelijke gretigheid toch wel enigszins bekoelen. We zien dat trouwens nu al gebeuren. De spanning en het stimulerende van het eerste moment verdwijnt als ook de veranderingen die men in zijn levenspatroon heeft aangebracht tot een routine zijn geworden. Bovendien gaan liefhebbers van cultuurverandering beseffen dat vermindering van de consumptie nog niet automatisch meer aansprekende zingevingen ten tonele voert. Maar toch blijft er een willige markt voor energieproblemen, want door de cultuurcrisis smaakt de oliecrisis zoet.

#### **REFERENTIES**

1. Enquêtebureau Lagendijk, geciteerd in *Goudse Courant*, 24/12/73.
2. Bass, B. M., *Psychology, Leadership and Organisational Behavior*, New York, Harper, 1965.