

# DE MONTAGE VAN NARCISSUS

*Student* T.J.V. Vermeulen, 265339  
*Adres* Graaf Florisstraat 19-p, 3021 CA Rotterdam  
*Telefoon* 003141363941  
*Email* tjvvermeulen@gmail.com

*1<sup>e</sup> Referent* Dr. S. Trienekens (& Dr. S. Olma)  
*2<sup>e</sup> Referent* Dr. B.C.M. Kester

*Media & Journalistiek* 2004-2005/6  
Faculteit der Historische- en Kunstwetenschappen  
Erasmus Universiteit Rotterdam

*...er bestaat een idee van Patrick Bateman, een soort abstractie, maar zelf besta ik niet echt, alleen een entiteit...ik ben er eenvoudig niet (...) Mijn ik is gefabriceerd, een aberratie. Ik ben een uit losse stukjes opgebouwd menselijk wezen. Mijn persoonlijkheid is oppervlakkig...Mijn geweten, mijn medelijden, mijn hoop, ze zijn lang geleden verdwenen (...) Ik heb er geen reden voor gehad om u dit alles te vertellen. Deze bekentenis heeft niets betekend...*

Bret Easton Ellis

## VOORWOORD/DANKWOORD

---

Hoewel *De Montage van Narcissus* enkele kanttekeningen wil zetten bij de visuele mediacultuur waarin we leven, worden de visuele media slechts af en toe besproken. De duiding ‘visuele mediacultuur’ wil voor mij zeggen dat we in een cultuur leven die gedefinieerd wordt door de *omnipresence* van visuele media (zoals ook critici als Baudrillard en Gitlin schrijven). Ik wil in *De Montage van Narcissus* niet zozeer aantonen *dat* we in die cultuur leven (dat is duidelijk), maar *wat* voor cultuur die cultuur is.

Natuurlijk beschrijf ik die cultuur niet in alle facetten. Of *natuurlijk*. Ik zou graag alle facetten beschreven hebben, een korte geschiedenis van de kritiek op die cultuur uiteenzettend, Adorno, Benjamin, Marcuse en vooral Simmel (zijn interessante beschrijving van de intellectualisering, de metropolisering van de westerse cultuur, en de ‘rollenspellen’ van de westerse mens) citerend; dan weer eens een denker, dichter of schrijver gebruikend om mijn argumenten aan te zetten. Maar zo’n uiteenzetting duurt jaren (jaren die ik er graag aan zou willen besteden overigens). En terwijl ik nu – in de woorden van de cultuurhistoricus Huizinga, in zijn voorwoord van *Homo Ludens*, ‘mijn werk aan de openbaarheid prijsgeef, bekruipt mij [daarom] de vrees, dat velen, ondanks al den arbeid [maanden lezen en schrijven, maar vooral maanden van vertwijfeling], die erin steekt, het een onvolledig gedocumenteerde improvisatie zullen achten. Het is nu eenmaal het lot van hem, die cultuurproblemen behandelen wil, zich telkens te moeten wagen op velerlei gebied, dat hij niet genoegzaam beheerscht. (...) Het werd voor mij nu schrijven of niet schrijven. Van iets wat mij zeer ter harte ging. Dus heb ik geschreven’.

Ik wil Bernadette, Sandra en Sebastian van harte bedanken voor hun aanwijzingen, kritiek en vooral – en dat wil ik benadrukken – voor hun geduld (en geduld, en geduld...). Ook wil ik Awee bedanken voor zijn redactie, alsmede mijn broer, mijn vader en Ines.

Tim Vermeulen

# INHOUDSOPGAVE

---

<b>Voorwoord/Dankwoord</b>	3
<b>Inhoudsopgave</b>	4
<b>Inleiding</b>	6
I <i>Een Visuele Mediacultuur</i>	6
II <i>Een Visuele Mediamens</i>	7
III <i>Van een Modern naar een Postmodern Zien</i>	8
IV <i>Vraagstelling</i>	11
V <i>Film als Kritiek</i>	12
- De status aparte van film	12
- Tot slot...	14
<b>1. De Montage van de werkelijkheid</b>	16
1.1 <i>Het Simulacrum</i>	17
- Consumptie en Mediatie (Genesis van het <i>Simulacrum</i> )	17
- It's a small world, after all	21
1.2 <i>Zien en Zijn</i>	23
- De mens	24
- Narcissus en Narcosis	27
<b>2. De Montage van de mens</b>	30
2.1 <i>Being Charlie Kaufman, Becoming Donald</i>	30
2.2 <i>Narcisme: Being John Malkovich</i>	31
- Samenvatting	31
- Analyse	33
- Consumptie	33
- Mediatie	36

- De Gaze	40
- Narcisme	41
2.3 <i>Narcose: Eternal Sunshine of the Spotless Mind</i>	42
- Samenvatting	43
- Analyse	45
- Narcisme, Narcosis, Echo?	45
<b>Conclusie</b>	49
<b>Bijlage</b>	50
<b>Filmografie/Bibliografie</b>	52

# INLEIDING

---

*The Medium is the message.*

Marshall McLuhan<sup>1</sup>

*Our Society is characterized by a cancerous growth of vision, measuring everything by its ability to show or be shown and transmuting communication into a visual journey.*

Michel de Certeau<sup>2</sup>

## I | Een Visuele Mediacultuur

De mens leeft in de taal. Het is de taal die aan de cultuur voorafgaat, zo vertelde filologen, filosofen en psychoanalytici ons.<sup>3</sup> Het is dan ook de taal die onze geesten, lichamen en handelingen betekenen verleent. De taal is, zoals de socioloog Carey eens opmerkte, als het ware een representatie *voor* de werkelijkheid, een blauwdruk waaraan we onze werkelijkheid af lezen.<sup>4</sup> Ooit werd de taal geschreven door Griekse goden, of door de Joodse en Christelijke goden van Oude en Nieuwe testamenten. Later waren het de wetenschappers van de verlichting, die ons leerden leven in de taal van de ratio; de filosofen, economen en politici die ons de socialistische ideologieën inschreven; en tenslotte waren het diezelfde filosofen, economen en politici die ons de woorden van de liberale democratieën leerden.

Vanaf de jaren '50 en '60 van de twintigste eeuw leven we in de taal van de massamedia: tijdschriften, boeken, radio's, foto's, films, televisies en computers constitueren in toenemende mate de manier waarop we de werkelijkheid beleven en leven.<sup>5</sup> Ze vertellen ons hoe onze werkelijkheid

---

<sup>1</sup> M. McLuhan, *Media Begrijpen*, blz. 35.

<sup>2</sup> M. de Certeau, *The Practice of Everyday Life*, blz. xxi.

<sup>3</sup> Zie o.a. J. Lacan, *Écrits: a selection*, blz. 33-126.

<sup>4</sup> J. Carey, *A cultural approach to communication*, in: J. Carey (ed.), *Communication as Culture. Essays on media and Society*, blz. 13-36.

<sup>5</sup> Zie: T. Gitlin, *Media Unlimited. How the torrent of images and sounds overwhelm our lives*; D. Kellner, *Media Culture. Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern*. Vergelijk: *Stichting Kijkonderzoek* berichtte onlangs dat 98% van de Nederlanders een televisietoestel heeft, en 64% een

eruit *ziet*, hoe we erover dienen na te denken, en hoe we erin dienen te leven. De media, de werkelijkheid in termen van ‘richting’ en ‘zin’ representerend, maken onze werkelijkheid werkelijk (pas als een gebeurtenis op het journaal ‘richting’ en ‘zin (betekenis)’ wordt toegekend, nemen we die gebeurtenis voor *waar* aan). Dit ‘geloof’ in de media noemt de Nederlandse filosoof Oosterling daarom met een knipoog *ICTeology*; ofwel de theologie van de informatie –en communicatietheologie.<sup>6</sup>

We ‘gelooven’, zo luidt het gezegde, vooral wat we *zien*. De moderne taal van de massamedia is dan ook, zo betogen de mediatheoretici, de taal van de ogen. ‘The modern world’, schrijft een theoretica, ‘has chosen to privilege sight... also in conflating sight with cognition, so that seeing and understanding have become synonymous in Western Culture.’<sup>7</sup> En zien is zelfs ‘much more than believing’, schrijft een ander, ‘it is not just a part of everyday life, it is everyday life.’<sup>8</sup>

## II | *Een Visuele Mediamens*

Als ons alledaagse leven het zien en gezien worden is, zijn wij afhankelijk van de media.<sup>9</sup> Zij verlenen ons immers de woorden [*de beelden*] om onszelf en onze levens uit te drukken. Zij zijn het die ons onszelf kunnen laten zien. De media zijn in die zin dus letterlijk het *milieu* (het *medium* als ‘midden’ of ‘er-tussen-in’) waarin de mens op zich zelf reflecteert. De woorden van de media refereren echter, stelde de mediawetenschapper Marshall McLuhan halverwege de jaren ’60, enkel aan de media zelf. Media verzenden enkel andere media: films verzenden foto’s, video’s, films, en televisies video’s: *the medium is the message*.<sup>10</sup> De mens is dus, als construct van de media, zelf een visuele mediatie, een reflectie geworden. Meer nog, vervolgt McLuhan, omdat media onze ledematen, organen en zenuwstelsels voortzetten in technologieën (zie paragraaf 1. 2).<sup>11</sup> Afgaand op menige toerist, de plaats van bestemming enkel met een digitaal foto- of cameratoestel in zich opnemend (al is zelfs dat nog maar de vraag), zijn visuele media bijvoorbeeld onze ogen geworden. Media zijn voor McLuhan daarom extensies van de mens, als een buiten zijn fysieke begrenzing

---

dvd-speler. En volgens het *Centraal Bureau voor Statistiek* (CBS) heeft 87% van hen een PC, en 83% Internet (in de leeftijdscategorieën 12-15 en 15-25 is dat resp. zelfs 98% en 93%).

<sup>6</sup> H. Oosterling, *ICTeology and Local Interesse*, in: L. Nagl (ed.), *Essays zum Jacques Derrida und Gianni Vattimo*, Religion, blz. 109-129.

<sup>7</sup> W. Everett, *From Frame to Frame: Images in Transition*, in: W. Everett (ed.), *Film, Vision, and Identity*, blz. 5.

<sup>8</sup> N. Mirzoeff, *An Introduction to Visual Culture*, blz. 1. Zie ook: M. Jay, *Downcast Eyes. The denigration of vision in twentieth-century French thought*.

<sup>9</sup> H. Oosterling, *Radical Middelmatigheid*, blz. 9-33.

<sup>10</sup> M. McLuhan, *Idem*, blz. 30-44.

<sup>11</sup> M. McLuhan, *Idem*, blz. 66-67.

geplaatst, 'levensecht model van datzelfde centrale zenuwstelsel', zijn schaal, tempo of patroon veranderend.<sup>12</sup> Het is zodoende niet langer mogelijk ons aan de taal van de media te onttrekken, we zijn er radicaal afhankelijk van geworden (dat merken we pas wanneer de mobiele telefoon stuk is, of het Internet tijdelijk afgesloten, en we ons in onze 'primaire levensbehoeften' aangetast voelen).<sup>13</sup>

Ergo:

- De mens in de mediacultuur is een visueel construct;
- De mens in de mediacultuur is een technologisch *deconstruct*.

### *Van Modern naar Postmodern Zien*

Mirzoeff stelt dat de visuele cultuur symptomatisch is ('...it is the visual crisis of culture that creates postmodernity...') voor de *postmoderniteit*, het *postmoderne* en het *postmodernisme*, de culturele logica van het laat- of mediakapitalisme van de laatste decennia.<sup>14</sup> Sarup vult aan dat ook de fascinatie met identiteit kenmerkend is voor de postmoderne conditie.<sup>15</sup> De mensen die leven in de visuele mediacultuur bevinden zich dus in de logica van de postmoderniteit.

Het *postmoderne* is datgene dat *na* het moderne komt. Volgens sommigen is het een functie van het moderne, volgens anderen markeert het juist een opschorting of een einde van de logica van het industriële kapitalisme. Het moderne weten en de moderniteit zijn op te vatten als de voortzetting van het verlichtingsdenken en de verlichtingsidealen uit de achttiende eeuw: er is vertrouwen in de menselijke rede en dientengevolge in de autonomie van het subject, in het vooruitgangdenken en de maakbare samenleving, en in de absolute waarheid. De legitimering van de moderniteit is het *metaverhaal* dat de geschiedenis lineair voortschrijdt, doelmatig (teleologisch) de universele vrijheid tegemoet.<sup>16</sup> De nadruk in het alledaagse handelen ligt op orde, (empirische) zekerheden, harmonie, humaniteit, autonomie en *l'art pour l'art*.<sup>17</sup> Het modernisme is de reflectie op het moderne weten en de moderniteit in de kunsten, zoals stromingen als het formalisme en het functionalisme. In het modernisme, stelt Sarup, 'modernity turned its gaze upon itself'.<sup>18</sup>

De voortdurende secularisering van de westerse samenlevingen, het falen van de ideologische utopieën en vooral de uitwassen van de verlichtingsidealen in de twintigste eeuw (De

---

<sup>12</sup> M. McLuhan, Idem, blz. 31, 66-67.

<sup>13</sup> H. Oosterling, Idem, blz. 9-33.

<sup>14</sup> N. Mirzoeff, Idem, blz. 3.

<sup>15</sup> M. Sarup geciteerd in: W. Everett, Idem, blz. 3.

<sup>16</sup> A. van den Braembussche, Denken over Kunst. Een inleiding in de kunstfilosofie, blz. 309-324.

<sup>17</sup> A. van den Braembussche, Idem, blz. 220-233.

<sup>18</sup> M. Sarup, Identity, Culture and the Postmodern World, blz. 50.



Eerste Wereldoorlog, De Tweede Wereldoorlog, de Holocaust, de Stalinistische terreur, de atoomdreiging enz.) maakten de moderne idealen van de rede, het vooruitgangdenken en de absolute waarheid ongeloofwaardig. Het metaverhaal dat tot de Holocaust – de excessen van de ratio, het (technologische) vooruitgangdenken en de absolute waarheid voorstellend – had geleid, diende vanaf de jaren '50 en '60 te worden gewantrouwd. Een nieuwe logica openbaarde zich: het postmoderne.

De postmoderniteit is niet alomvattender samengevat dan door de filosoof Hebdige, die in één zin stelt dat postmoderne is: 'an (1) *anti-teleological tendency within epistemology*, the (2) *attack on the metaphysics of presence*, a general attenuation of feeling, the collective chagrin and morbid projections of a post war generation of baby boomers confronting disillusioned middle age, the predicament of (3) *'reflexivity'*, a group of rhetorical tropes, a (4) *proliferation of surfaces*, a new phase in (5) *commodity fetishism*, a (6) *fascination for images, codes and styles*, a process of (7) *cultural, political and existential fragmentation* and/or crisis, the (8) *'decentring' of the subject*, an (9) *'incredulity towards metanarratives'*, the replacement of unitary power axes by (10) *a plurality of power/discourse formations*, the (11) *'implosion of meaning'*, the (12) *collapse of cultural hierarchies* [het vervallen van het onderscheid tussen lage en hoge kunst], the dread engendered by the threat of nuclear self-destruction, the decline of the University, the functioning and effects of the (13) *new miniaturised technologies*, broad (14) *societal and economic shifts into a 'media', 'consumer', or 'multinational' phase*, a sense... of placelessness... or the abandonment of placelessness... or (even) a generalised (15) *substitution of spatial for temporal coordinates...*'.<sup>19</sup>

Met het verwerpen van de verlichtingsidealens (1, 2, 7, 8, 9) en de grote verhalen heeft het leven aan betekenis verloren: alles wordt relatief omdat alle *taalspelen* (10) verschillende spelregels hanteren om in termen van de waarheid spreken.<sup>20</sup> Taalspelen zijn discursieve 'spelen' die via 'spelregels' de 'waarheid' duiden. Elk taalspel heeft andere spelregels, en daarom een andere waarheid. Volgens de filosoof Lyotard mag en kan geen enkel taalspel de spelregels en de waarheid universeel maken, zoals in de moderniteit. De spelregels van een taalspel zijn in die zin niet *speloverschrijdend*: men mag en kan niet dammen met de spelregels van schaken, enz. Al dat men doen mag en kan, is het leren van de verschillende spelregels, en de verschillende spelen volgens de verschillende regels spelen.<sup>21</sup> Als het moderne daarom de logica van uniciteit, totaliteit en universalisme was, is het postmoderne dat van differentiatie (fragmentatie), pluraliteit en

---

<sup>19</sup> D. Hebdige geciteerd in C. Jenks, Culture, blz. 137-138 (*Mijn nummering/nadruk*). Zie ook: A. van den Braembussche, Denken over Kunst, blz. 358-359.

<sup>20</sup> Zie J.F. Lyotard, Het postmoderne weten. Een verslag, met name blz. 40-45, 45-50, en 159-170. Verschillende taalspelen zijn 'het geloof', 'de kunst', 'de politiek', 'de sport', 'de wetenschap' enz.

<sup>21</sup> J. F. Lyotard, Idem, blz. 159-170.

particularisme. Critici van het postmoderne merken daarom op dat alles relativeert, dat *anything goes*.<sup>22</sup> Zij stellen dat die relativiteit op den duur leidt tot het tanen van affecten, betekenis en de tijd (als *anything goes*, zijn *alle* affecten, betekenissen en de tijd relatief, en dus niet langer in zichzelf betekenis- of waardevol), en dientengevolge tot de proliferatie van betekenisloze tekens en codes, beelden, oppervlakten en uiterlijkheden (4, 6, 11; zie hoofdstuk 1, paragraaf 1).<sup>23</sup> Kortom, een cultuur van visuele media. Tekens en codes die door alles en iedereen van betekenis voorzien kunnen worden, zoals de betekenis van informatie of consumptie in advertenties en reclame.<sup>24</sup>

Het onderscheid tussen die cultuur en de natuur, het leven, is zo vervallen. Er is immers niet langer een betekenis- of waardevolle natuur om aan te *refereren*. Zoals Jameson het verwoordde: 'In modernism... "nature" or "being", of the old, the older, the archaic, still subsist; culture can still do something to that nature and work at transforming that "referent"'. Omdat die *referent* relatief is geworden (en daarom betekenis- en waardeloos), is 'Postmodernism...what you have when the modernization process is complete and nature is gone for good. (...) So, in postmodern culture, "culture" has become a product in it's own right' (de moderne autonomie van de kunst, of het moderne onderscheid tussen kunst en de kitsch van de massacultuur en de massamedia is in het postmoderne evenzo vervallen: hoge en lage cultuur zijn een en dezelfde cultuur geworden – zo bedient de hoge cultuur van Warhol en Koons zich van de tekens en conventies van de lage cultuur, en de lage cultuur van de popcultuur zich van die van de hoge (of dat nu in televisieseries of in *popsongs* is)).<sup>25</sup>

Zien in de moderniteit verschilt van zien in de postmoderniteit. De Sloveense filosoof Žižek onderscheidt de twee logica in dit verband in termen van transparantie: in de moderniteit heeft men nog de illusie door de boeken, schilderijen, foto's en beeldschermen heen te kunnen kijken (naar de natuur). Door als het ware de vormen van media als zichzelf te openbaren, zoals in de literatuur de zogenaamde *stream of consciousness* doet, waarin de ongeordende woorden een directe weergave

---

<sup>22</sup> Zie bijvoorbeeld J. de Mul, *Romantic Desire in (post)modern Art*, blz. 9-21. De Mul stelt dat de moderniteit enthousiasme is zonder ironie, en de postmoderniteit ironie zonder enthousiasme.

<sup>23</sup> Mijn *oorzaak-gevolg* uiteenzetting is ongenueanceerd, en niet af. Er zijn tal van oorzaken voor de genoemde gevolgen te noemen, zoals de voortdurende 'onttovering' en 'rationalisering' van het dagelijks leven (Weber), of zoals de 'intellectualisering' ervan (Simmel). Maar ook de technologische ontwikkelingen van de twintigste eeuw, met de massaproductie, massaconsumptie en de massamedia zijn belangrijke (zo niet dé belangrijkste) oorzaken. Zie bijvoorbeeld: T. Gitlin, *Idem*, blz. 36-44. Zie ook: hoofdstuk 1.

<sup>24</sup> F. Jameson stelt in *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism* (blz. xi-xiii) dat het postmoderne, postmodernisme allerminst een term is die met consensus wordt gebruikt. Het postmoderne is volgens hem per definitie tegenstrijdig (en imperfect, onzuiver); het spreekt zichzelf voortdurend tegen: het postmoderne spreekt bijvoorbeeld als metanarratief over het verdwijnen van metanarratieven. Er is daarom een 'logical impossibility of any internally self-coherent theory of the postmodern' (blz. xi-xii). Hetzelfde geldt zodoende voor mijn uiteenzetting.

<sup>25</sup> F. Jameson, *Idem*, blz. ix-x. In feite beschrijft Jameson het *simulacrum*, zoals we het in hoofdstuk 1 zullen bespreken.

van de geestestoestand en werkelijkheidsidee van de schrijver zouden zijn, wordt verondersteld de zintuiglijke waarneming van de werkelijkheid zichtbaar te maken.<sup>26</sup> In de woorden van Zizek: ‘de modernistische technologie is ‘transparant’ in de zin dat het althans de illusie in stand houdt van een inzicht in ‘hoe de machine werkt’.<sup>27</sup>

Postmoderne media imiteren de achterliggende natuur, werkelijkheid, niet langer, maar simuleren deze. Dat wil zeggen: ze verwijzen niet naar een *echte* natuur of werkelijkheid, ze verwijzen naar een *schijn*werkelijkheid (de cultuur zelf). Een schijnwerkelijkheid die zij zelf genereren. Sommige postmoderne theoretici spreken in dit verband van *simulacra*. *Simulacra* zijn in platoonse leer imitaties van imitaties, die niet langer verwijzen naar die imitaties of datgene dat die imitaties imiteren (de natuur, de werkelijkheid), maar naar zichzelf (zie hoofdstuk 1, paragraaf 1).<sup>28</sup>

Waar het moderne zodoende kritisch was ten opzichte van wat te zien was, is het postmoderne dat allesbehalve: omdat de postmoderne ‘werkelijkheid’ wordt gegenereerd door de simulatie van de werkelijkheid, is dat wat we vandaag de dag op het film, televisie- of computerscherm zien, dat wat er is.<sup>29</sup>

#### IV | Vraagstelling

De inleidende paragrafen I en II zijn ongedetailleerde en ongenueanceerde uiteenzettingen van een type cultuur, de *visuele mediacultuur*, en een type mens, de ‘*visuele mediamens*’. Paragraaf III heeft die cultuur en die mens kort in het debat van het postmoderne en het *simulacrum* geplaatst. In *De Montage van Narcissus* wil ik in feite niets doen dan die typen detailleren en nuanceren. De vraagstelling die ik beantwoorden wil is zodoende:

---

<sup>26</sup> Zie: P. Verstraten, *Celluloid Echo's. Cinema kruist Postmodernisme*, blz. 32. Zie ook: F. Jameson, *Idem*, blz. x: ‘...modernism was still minimally and tendentially the critique of the commodity and the effort to make it transcend itself.’

<sup>27</sup> S. Zizek, *Het subject en zijn onbehagen*, blz. 149.

<sup>28</sup> In het filosofische standaardwerk *de Republiek* onderscheidde Plato drie werelden: de ideale wereld/de wereld van de ideeën, de werkelijke wereld en die van de kunst en cultuur. De ideale wereld, meende Plato, was metafysisch en oneindig. In de werkelijke wereld wilden de mensen de ideale wereld imiteren. Maar omdat zij noch metafysisch noch oneindig waren, imiteerden zij de ideale wereld volgens Plato altijd imperfect. De werkelijke wereld was dus een imperfecte imitatie van de ideale wereld. De kunst en cultuur tenslotte, waren imitaties van die werkelijke wereld. Maar eveneens altijd imperfecte imitaties. De kunst en cultuur waren daarom volgens Plato imperfecte imitaties van imperfecte imitaties. De postmoderne theoretici nu zijn van mening dat (als gevolg van de dood van God en de onbegrijpelijkheid en onoverzichtelijkheid van de werkelijkheid) alleen die wereld (nog) bestaat.

<sup>29</sup> De postmoderne werkelijkheid is als een *model* van de werkelijkheid, dat niet naar die werkelijkheid *gemodelleerd* is. Zie ook: S. Zizek, *idem*, blz. 150.

## Hoe wordt in de visuele mediacultuur de mens visueel geconstrueerd en technologisch gedeconstrueerd?

Ik wil die vraag als volgt beantwoorden: (1) door de visuele mediacultuur en de ‘visuele mediamens’ in theoretische bewoordingen als consumptie, mediatie, *simulacra* en de door McLuhan geïntroduceerde termen *Narcissus* en *Narcosis* – resp. de visuele constructie en de technologische constructie voorstellend – te analyseren en te duiden, en (2) door die bewoordingen te illustreren aan de hand van de films *Being John Malkovich* (S. Jonze, 1999) en *Eternal Sunshine of the Spotless Mind* (M. Gondry, 2004).

### IV | *Film als kritiek*

Thomas Elsaesser schrijft in *Hollywood op Straat. Film en televisie en de hedendaagse mediacultuur* dat film een intensiever medium is dan televisie of het internet. Daarom is volgens hem film, en niet een van die andere media de *lingua franca* van onze tijd: we bespreken smaak, maar ook het dagelijks leven vaak in termen van films.<sup>30</sup> (Zoals de jongen in K. Schipper’s *Het witte schoolbord* schreef: ‘En altijd weerspiegelde zo’n film zich in het dagelijkse leven, en niet omgekeerd. (...) Buiten zag ik niets, pas in de bioscoop maakte ik kennis met begrippen als kleur, beweging, ruimte, tijd, verliefdheid, bedrog en humor’.) En ook de standaardmedia van de postmoderniteit – televisie, video en internet – ‘verzenden’, om met McLuhan te spreken, met grote regelmaat films.

Ik wil mijn theoretische uiteenzetting echter vooral illustreren aan de hand van film omdat film weliswaar een modern medium is, maar een postmodern verschijnsel. In de jaren ’60 tot gemeenplaats geworden (met films als *Easy Rider*), markeert het naar mijn idee de overgang van de ene naar de andere culturele logica, ook nu nog.<sup>31</sup>

### *De Status Aparte van Film*

---

<sup>30</sup> T. Elsaesser, *Inleiding: Hollywood op Straat*, in: T. Elsaesser, P. Hesselberth (ed.), *Hollywood op Straat. Film en televisie en de hedendaagse mediacultuur*, blz. 9, 11, 22-24.

<sup>31</sup> Zie ook: D. Steigerwald, *The Sixties and the End of Modern America*, met name blz. 154-186, en 243-271. Ik zal in de subparagrafen *De status Aparte van Film* en *Tot slot...* proberen uit te leggen dat elke film die overgang tussen modern en postmodern markeert (en dan vooral de onafhankelijke film, die zowel een hoge als een lage kunstvorm is). Omdat ik dit argument slechts impliciet aan anderen ontleen (en het dus niet ‘hard’ kan maken), wil ik mij reeds voor het gebruik ervan excuseren. Ik begrijp en accepteer de beperkingen.

Waar de digitale media uitgesproken postmodern zijn, foto's realistisch, voorwendend de realiteit te representeren, vast te zetten, eisen films, zoals de Nederlandse literatuur-wetenschapper Verstraten stelt in *Celluloid Echo's. Cinema kruist Postmodernisme*, een *status aparte* op.<sup>32</sup> Films zijn namelijk, in tegenstelling tot wat de meeste filmwetenschappers menen, niet modernistisch. Ze voegden zich als het product van moderne technologische vernieuwingen aan het eind van de negentiende eeuw historisch gezien weliswaar tussen de realistische foto's en de postmoderne televisies en video's in, maar zijn geenszins in te schrijven in de modernistische stijlregels. Er was aan film, anders dan aan de modernistische literatuur, de schilderkunst en de beeldende kunst, geen realisme voorafgegaan dat gestileerd diende te worden. Het was een nieuw medium, dat, zoals de Italiaanse filmmaker Pier Paolo Pasolini nog in de jaren '60 en '70 schreef, zelf als 'geschreven taal van de realiteit...noch arbitrair noch symbolisch', de realiteit door middel van de realiteit uitbeeldend, identiek was aan die realiteit.<sup>33</sup> Zoals Friedberg stelt (als overigens ook Verstraten): 'The cinema can be seen as a "modern" form embodying distinctly anti-modern narratological conventions (*closure, mimesis, realism*) disguised in "modern" technological attire.'<sup>34</sup>

Friedberg en Verstraten pleiten er zodoende voor de culturele periodisering van de kunsten te onderscheiden van die van de film. Voor hen was de film van de vroege twintigste eeuw evengoed realistisch, modern, als postmodern. De film was als kunstprocédé realistisch, als technologie modern, maar als cultureel verschijnsel voor alles postmodern. Film was, zo betoogt Friedberg overtuigend, niet alleen zowel hoge als lage kunst, zowel een autonoom als een massaproduct, en – zoals Verstraten ons wil doen geloven – alleen daarom al postmodern; film was postmodern omdat het een nieuwe manier van zien impliceerde: '*The mobilized virtual gaze*'.<sup>35</sup>

De 'mobiele blik' is de blik van Baudelaire's moderne flaneur, de passages doorlopend, of de *window shopper* in de *all-in shopping mall*, de etalages aflopend, de tentoongestelde objecten en zichzelf in de *etalage-windows* bekijkend, voor wie het leven een aaneenschakeling consumptieobjecten is. De 'virtuele blik' is de blik die vereist was (en is) om de voorstelling van het panorama, het diorama en de foto, de *darstellung* van dat wat afwezig was, te begrijpen. Eenzelfde 'virtuele blik' gaat vooraf aan film, waarin het spatio-temporeel absente, dat wat actueel niet daar is, zich 'nu' presenteert, zich virtueel afspeelt.

De *Gaze* tenslotte, de 'blik', slaat terug op Jacques Lacans notie van de spiegelfase. In de spiegelfase, zoals we later zullen zien (zie paragraaf 1.2), wordt een kind van tussen de acht en

---

<sup>32</sup> P. Verstraten, Idem, blz. 15

<sup>33</sup> P. Pasolini, *De Ketterse Ervaring*, blz. 90-91.

<sup>34</sup> A. Friedberg, *Window Shopping. Cinema and the Postmodern*, blz. 165 (*mijn nadruk*); P. Verstraten, Idem, blz. 33.

<sup>35</sup> A. Friedberg, Idem, blz. 2-5, 20-32, 68-81, 90-94, 109-143, 147-148, 182-185

zestien maanden zichzelf voor het eerst gewaar in de spiegel. Het kind identificeert zichzelf met het eigen spiegelbeeld, maar ook met het spiegelbeeld van alles om zich heen. Het maakt zich meester van wat het ziet. Het doet het voorkomen, alsof dat alles er is dankzij het kind, en voor het kind.

In de bioscoop herleven we de spiegelfase keer op keer. In het donker (zodat we menen alleen te zijn) identificeren we ons met wat we zien, met wie we zien. We maken ons meester van het plot en de karakters, alsof ook zij een extensie van ons zijn. De mannen, de vrouwen, de helden, de schurken, de slachtoffers; ze worden enkel voor onze ogen opgevoerd. Onze *Gaze* is zowel narcistisch, voyeuristisch als fetisjistisch.<sup>36</sup>

In het kijken naar films, gaat Friedberg verder, komen de ‘mobiele’ en de ‘virtuele blik’ samen, hetgeen ‘answered not only the desire for *temporal* and *spatial* mobility, but for *gender* mobility as well...the spectator-shopper – *trying on new identities* – engages in these pleasures of a *temporally and spatially-fluid subjectivity*.’<sup>37</sup>

In het kijken naar films constitueert zich zodoende – zoals men voorheen enkel van het kijken naar tv wilde onderkennen – een nieuwe subjectiviteit, een nieuw subject. Een subject dat zich *virtueel* actueel alle identiteiten aanmeet die het zich aanmeten wil, als consumptieobjecten. Een subject dat zowel modern als postmodern is.

Het aanmeten van identiteiten is precies wat de personages in Jonze’s verfilming van Kaufman’s script *Being John Malkovich* doen. Ze worden 15 minuten John Malkovich. Maar wat de film laat zien is dat Malkovich’ ervaringen niet verschillen van de ervaringen die zij normaliter hebben. Tegelijkertijd spelen in *Being John Malkovich* tal van acteurs die iedereen zijn wil (John Cusack, Cameron Diaz en vanzelfsprekend John Malkovich).

*Tot slot...*

---

<sup>36</sup> Zie, voor een beknopte uitleg van de *Gaze*: G. Turner, *Film as Social Practice*, blz. 130-143. De *Gaze* is niet neutraal, maar, net als de narratief en de montage, ideologisch. De filmwetenschapster Mulvey merkte in de jaren '70 op dat we onze narcistische verlangens elke keer vervuld zagen worden door identificatie met de mannelijke held, en onze voyeuristische door die met de vrouwelijke niet-heldin. Of identificatie? Doordat de vrouw in de narratief van de film enerzijds werd gepresenteerd als ‘object of desire’ voor de man, en anderzijds als passief, leerden wij volgens Mulvey de vrouw via de ogen van de man als ‘object of desire’ te zien; doordat ze passief was, was ze voor ons idee bovendien afhankelijk van de man om de film zich te laten ontrollen. Mulvey meende zodoende dat in feite alleen de mannelijke narcistische en voyeuristische verlangens in de film werden gerepresenteerd. Ook de vrouwelijke *Gaze* was daarom voor Mulvey altijd fallocentrisch. Zie: L. Mulvey, *Visual Pleasure and Narrative Cinema*, in: G. Mast, M. Cohen, L. Braudy (ed.), *Film Theory and Criticism. Introductory Reading, Fourth Edition*, blz. 746-757.

<sup>37</sup> A. Friedberg, *Idem*, blz. 184.

De productie is dus, als op-en-top product van de visuele mediacultuur, kritisch ten opzichte van diezelfde visuele mediacultuur.<sup>38</sup> *Being John Malkovich* zet vraagtekens bij de som waarvan het zelf de uitkomst is.

Die vraagtekens zijn kenmerkend voor veel *Independent films*, maar vooral voor alle films geschreven door Charlie Kaufman.<sup>39</sup> In *Adaptation* (S. Jonze, 2002) zijn ze het duidelijkst aanwezig. In die film discussieert Charlie Kaufman (Nicholas Cage) voortdurend met Donald Kaufman (Nicholas Cage), zijn alter ego, over het scriptschrijven. Charlie wil een boek tot filmscript schrijven, maar niet volgens de *Hollywood* stijlregels en conventies. Zoals hij zegt: 'I don't want to cram in sex, or car chases, or guns. Or characters learning profound life lessons. Or growing or coming to like each other or overcoming obstacles to succeed in the end. You know? The book isn't like that. Life isn't like that. It just isn't. I feel very strongly about this.' Donald wil eveneens een filmscript schrijven, maar volgens alle conventies.

Het is de discussie tussen de hoge en de lage cultuur. In *Adaptation* zien we echter hoe Charlie's script niet verfilmd wordt, en Donald's wel. Charlie's script wordt vervolgens pas verfilmd nadat hij het samen met Donald heeft aangepast (*adapted*). Omdat *Adaptation* die verfilming is, zien we waarom: er is seks, er zijn autoachtervolgingen en pistoolschoten, enzovoorts. Dus pas als de hoge cultuur gebruik maakt van stijlregels en conventies van de lage cultuur, wordt het een *commonplace*, een 'gemeenplaats' die we allemaal kennen en willen kennen.<sup>40</sup> Maar wel een 'gemeenplaats' van één cultuur. En die cultuur is de cultuur van het simulacrum.

---

<sup>38</sup> *BJM* en *ESotSM* zijn Hollywood producties (resp. *Single Cell* en *Focus*) en als zodanig *getypecast*. Ze waren bovendien *Box Office Hits* in zowel de Europa als de Verenigde Staten.

<sup>39</sup> Het is volgens veel filmwetenschappers de 'Onafhankelijke Film', de *Indie* (naar *Independent Film*), die in de late twintigste eeuw bij uitstek de lage en hoge cultuur in zich verenigt. De *Indie* wil namelijk én commercieel, én artistiek verantwoord zijn, zich bewegend tussen *blockbuster* en avant-garde in. Waar de *Independent Film* enkele decennia geleden nog een productie in de marge was, werkend met kleine budgetten, *onafhankelijk* van de filmstudio's, is het nu door diezelfde filmstudio's geïncorporeerd: *Disney*, *Warner Brothers*, *Twentieth Century-Fox*, *Sony*, *MGM*, *Paramount* en *Universal* produceerden de laatste jaren allen *Indies*. De *Indie* laat zich evenmin nog in productiekosten meten: als we Holmlund moeten geloven, zijn ook films als *Gangs of New York* (Scorsese, 2002) en *The Pianist* (Polanski, 2002), producties die rond de honderd miljoen dollar kostten, 'onafhankelijk'. Hoewel de *Independent Films Auteurs* kennen, en dikwijls gebruik maken van klassieke verhaallijnen, zijn ze dus toch postmodern. Zoals Pribram schrijft, is de *Indie* de voortzetting van de avant-garde van de jaren '60 en '70, maar ontdaan van de dwangmatigheid de esthetische, maatschappelijke en politieke conventies te perverteren. In de 'onafhankelijke productie' is het publiek minstens even belangrijk. Zie: J. Hillier (ed.), *American Independent Cinema. A Sight and Sound Reader*; C. Holmlund, J. Wyatt (ed.), *Contemporary American Independent Film. From the margins to the mainstream*; E. Levy, *Cinema of Outsiders. The Rise of American Independent Film*; en *Cinema & Culture. Independent Film in the United States, 1980-2001*; en vooral D. Pribram, *Cinema & Culture. Independent Film in the United States, 1980-2001*.

<sup>40</sup> Zie: J. Lauer, *Invention in Rhetoric and Composition*, blz. 19-26. *Commonplaces* zijn tegelijkertijd de retoriek van de volks- en boerenlogica, als de herhaling van die retoriek. De term *commonplaces* is ontleend aan Aristoteles' 28 *kanoi topoi* in *Retorica*. Die *topoi* waren voor hem 'gemeenplaatsen' die in allerlei

1.

## DE MONTAGE VAN DE WERKELIJKHEID

---

*Everything that was lived directly has moved away into a representation.*

Guy Debord<sup>41</sup>

*The Simulacrum is never that what hides the truth – it is truth that hides the fact that there is none. The Simulacrum is true [vrai].*

Jean Baudrillard<sup>42</sup>

Marshall McLuhan profeteerde in de jaren '60 dat het medium de boodschap was. Maar in feite is zelfs dat niet langer het geval. De werkelijkheid zoals wij die kennen, schrijft de filosoof Jean Baudrillard, is niet langer een medium met (een ander medium) of zonder boodschap, niet langer zelf de boodschap, omdat er geen werkelijkheden meer gemedieerd dienen te worden. In de letterlijke betekenis van het woord zijn er, zo vervolgt hij, geen *media* meer.<sup>43</sup> (Misschien is dit nog het duidelijkst verwoord door de sociaal-wetenschapper Castells, die in het tweede deel van zijn magnum opus *The Network Society* verklaart dat ‘...reality itself...is entirely captured, fully immersed in a virtual image setting, in the world of make believe, in which appearances are not just on the screen through which experience is communicated, but they become the experience’.<sup>44</sup> David Cronenberg’s film *Videodrome* illustreert die ervaring als volgt: in de film implementeert een

---

discussies als retorische argumenten konden dienen. ‘Plaatsen’ dus die algemeen als ‘waarheden’ werden gezien. Zie ook: N. Skradol, *Adaptation, Adaptation, Adaptation: Zizek and the common place*, in: *Film-Philosophy*, nr. 27, vol. 8, 2004, op: <http://www.film-philosophy.com/vol8-2004/n27skradol>. In de postmoderne cultuur zijn die *commonplaces* de series en films van de populaire cultuur en *Hollywood* geworden. Dat zijn immers de ‘plaatsen’ die alle mensen ‘gemeen’ hebben.

<sup>41</sup> G. Debord, *The Society of the Spectacle*, in: M. Durham & D. Kellner (ed.) *Media and Cultural Studies* Keywords, blz. 117.

<sup>42</sup> J. Baudrillard Idem, blz. 1.

<sup>43</sup> J. Baudrillard, Idem, blz. 82-83.

<sup>44</sup> M. Castells, *The Network Society* Vol.II. *The Power of Identity*, blz. 373.



sadomasochistisch televisieprogramma kijkers met een hersentumor die hen laat hallucineren dat het televisiescherm de werkelijkheid wordt. Terwijl de tumor zich ontwikkelt smelten de kijkers letterlijk met het scherm samen. Hun leven speelt zich als een videoband, die het hart van hun lichaam geworden is, af, totdat zij sterven, als mens, en als video. De levens (werkelijkheden) van de mens en de video (de tumor) zijn één geworden, evenals hun dood.)

Baudrillard bedoelt in feite niet dat de late twintigste eeuw niet gemedieerd wordt, maar het tegenovergestelde: er wordt voortdurend gemedieerd. Zozeer, dat er niet langer sprake is van opeenvolgende werkelijkheden, maar enkel nog van fotografische, filmische en digitale representaties van die werkelijkheden.<sup>45</sup> Termen als echt en onecht, werkelijk en onwerkelijk, waar en onwaar, doen er in die representaties niet toe; ze zijn immers allemaal dezelfde representaties.

Het postmodernisme spreekt in dit verband – dat wil zeggen: de onophoudelijke reeks simulaties (van zichzelf) die de werkelijkheid vormen – veelal van *simulacra*: imitaties zonder origineel.

## 1.1 | *Het Simulacrum*

Baudrillard stelt dat er drie niveaus van simulacra zijn: *imitaties*, *(re)producties* en *simulaties*, die zich historisch ontwikkeld hebben.<sup>46</sup> Imitaties *imiteren* (en/of *aemuleren*) de natuur (de werkelijkheid), of een ideaal van die natuur. Historisch zijn de imitaties het gevolg van de van de democratisering van de natuur vanaf 1500: een teken was niet langer noodzakelijkerwijs (*obligatory*) aan een klasse gerelateerd, het had zich met de klassen ontwikkeld, geëmancipeerd (*emancipated*). (Re)producties *(re)produceren* die imitaties, in series. De reproducties zijn volgens Baudrillard de *simulacra* die als gevolg van de industriële revolutie van 1750 zijn ontstaan. Industriële technologieën maakten het makkelijker en sneller de imitaties industrieel (Benjamin zou zeggen mechanisch) te reproduceren. Die reproducties reproduceren dus niet langer de natuur, maar elkaar: ze zijn reproducties van reproducties. Simulaties tenslotte zijn de laatste order *simulacra*. Simulaties *simuleren* de natuur. Ze doen net alsof ze de natuur imiteren, reproduceren of zijn; maar in feite zijn ze niet naar de gelijkenis van die natuur gemaakt, maar naar gelijkenis van elkaar. In Jameson's woorden: natuurloze cultuur. Dergelijke digitale *simulacra* zijn *virtual realities*, maar ook Wachowski's *The Matrix*. De derde order *simulacra* zijn de *simulacra* van de visuele mediacultuur.

---

<sup>45</sup> Zie voor een uitgebreide uitleg over analoge en digitale bewustzijnsvormen, lichamen en media A. Mulder, Idem, blz. 181-185.

<sup>46</sup> J. Baudrillard, Idem blz. 121; J. Baudrillard, *Symbolic Exchange and Death*, blz. 50-84.

### *Consumptie en Mediatie (Genesis van het Simulacrum)*

De tweede helft van de twintigste eeuw, schrijft Baudrillard, wordt gekenmerkt door een cultivering van de massacultuur, een die zich uit in de proliferatie van tekens in en van de massamedia. Maar niet een cultuur die productief is, zoals de modernistische cultuur van het industriële kapitalisme, maar een die consumptief is, door Baudrillard het neo- of laatkapitalisme genoemd.<sup>47/48</sup>

In de moderne maatschappij waarin sociaal-politiek onderscheid tussen mensen niet langer expliciet, maar impliciet was, wilden mensen zich onderscheiden door middel van het productieproces, door producten. Toen zij echter ondervonden dat zij – door arbeidsdeling – te veel van het productieproces waren vervreemd, maakte *Advertising* hen bewust van de mogelijkheden zich te onderscheiden door middel van consumptie.<sup>49</sup>

Waren zijn zodoende statussymbolen geworden, waaraan de mens zijn of haar sociale aanzien ontlene wil en kan. In het laatkapitalisme consumeren we daarom onophoudelijk. Maar de status van een object is niet gerelateerd aan de gebruikswaarde, maar aan de ruilwaarde. Hoe mooier, hoe unieker, hoe duurder, hoe beter. De marxistische analyse van het product, waarin elk product een gebruikswaarde – het gebruiksnut benoemend – en een ruilwaarde – de marktwaarde aanduidend – heeft, wordt zodoende irrelevant. We gebruiken objecten niet meer om te gebruiken, maar om ons te onderscheiden. Het product is niet langer een te consumeren object, het is een persoonlijkheid geworden.<sup>50</sup> Ter illustratie: Wim Delvois, de Belgische kunstenaar die de *poepmachine* maakte en varkenshuiden tatoeëerde, verkocht tijdens de *Documenta* in Antwerpen de artificiële drollen die uit zijn machine rolden voor ongeveer 1000 euro per stuk. Dat het poep was, maakte de kopers tot groot genoegen van Delvois blijkbaar niet uit. Het was immers kunst: ook met poep koopt men, hoe wrang ook, status, een persoonlijkheid.

---

<sup>47</sup> Zoals Sarup verwoordt: ‘...whereas modernity centred on the production of things, commodities and products, postmodernity is characterized by a proliferation of signs. Following Marshall McLuhan, Baudrillard interprets modernity as a process of explosion of commodification, mechanisation, technology and market relations, in contrast to postmodern society, which is the site of an implosion of all boundaries, distinctions between high and low culture, appearance and reality.’ M. Sarup, Idem, blz. 111.

<sup>48</sup> In *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism* definieert Jameson het laatkapitalisme als volgt (blz. xix): ‘...a world capitalist system [waarin de hele wereld is gecommificeerd, gekapitaliseerd – tot aan de natuur en het obewuste toe] fundamentally distinct from the older imperialism [een koloniaal machtsspel]’. Hij somt vervolgens op dat het wordt gekenmerkt door: transnationale bedrijven en handel, internationale divisie van arbeid, (nieuwe) dynamiek in het internationale bankwezen en de aandelenmarkten, (nieuwe) vormen van relaties tussen media, en tussen de samenleving en media, computers en automaten, en het migreren van het productieproces naar derde wereld landen (met alle gevolgen van dien).

<sup>49</sup> J. Baudrillard, *The System of Objects*, blz. 172-177, 187-215.

<sup>50</sup> J. Baudrillard, *The Consumer Society. Myths and Structures*, blz. 88, 81-83, 87-96, 122-128.

De ironie is, stelt Baudrillard, dat de mensen zich in hun consumptiefetisj niet van elkaar onderscheiden, maar homogeniseren: allen zijn ze opgenomen in dezelfde logica, die van de consumptiesamenleving. In het feit dat ze zich allen willen differentiëren door *consumptie* (of dat nu de consumptie van een sieraard of een auto is), toont zich hun indifferentie. Het is voor alles de consumptie die hen het mogelijk maakt hun identiteit aan te nemen.

Het begrip consumptie is in het laatkapitalisme zodoende van betekenis veranderd. *Van Dale's* definiëring 'verbruik van levensbehoeften' heeft op Baudrillard's terminologie geen betrekking meer. Zoals Baudrillard stelt: '...consumption is defined: not any longer (1) as a functional practice of objects – possession, etc., or (2) as a mere individual or group prestige function, but (3) as a system of communication and exchange, as a *code* of signs continually being sent, received and reinvented – as *language*.'<sup>51</sup>

De 'code of signs' verwijst naar de semiotiek, de leer van de tekens. Het te consumeren product is een teken geworden – het zijn dus in feite *tekens* waaraan de mensen zich subjectiveren. Volgens de Saussuriaanse semiotiek bestaat elk teken uit een betekenaar (*signifiant*, de vorm), betekenis (*signifié*) en een referent (associatie in de natuur, de werkelijkheid).<sup>52</sup> Roland Barthes betoogde in de jaren '50 reeds dat de betekenaars en betekenissen die in de massamedia circuleren niet langer verwijzen naar reële referenten, maar naar symbolische. Hij beargumenteerde dat in die tekens de betekenis die aan de referent relateerde werd vervangen door een nieuwe betekenis, een ideologische. Barthes noemde die betekenis de mythe. De mythe van de bourgeoisie was bijvoorbeeld de naturalisering van de kleinburgerlijke leefstijl – die historisch onnatuurlijk was.

Barthes toonde dat de mythe de betekenis van het object als zodanig als het ware beetje bij beetje verwijdert. Ze maakt gebruik van die betekenis, totdat die betekenis op is. Ze is dan zelf de betekenis van de betekenaar geworden. Het teken in de objecttaal functioneert dan als betekenaar in

Betekenaar	Betekenis	
Teken		<i>Objecttaal</i>
<i>Betekenaar</i>	<i>Betekenis: mythe</i>	
<i>Teken</i>		<i>Metataal</i>

Tabel 1. R. Barthes' tekenleer. Een ideologie vermaakt het teken in de objecttaal tot betekenaar in een nieuwe taal en kent het een nieuwe betekenis toe: een mythe.

de metataal – de taal van de advertenties, de taal van de massamedia (zie schema).<sup>53</sup>

In de taal van de productie, ontstaat zo in het laatkapitalisme een (ideologische) taal van de consumptie van objecten, een taal die media ons leren.

Een teken in die taal representeert de ruilwaarde (de status), niet de gebruikswaarde van het object; *de betekenaar, niet de betekenis*. De mens koopt een object niet langer omdat het gebruiksvriendelijk is, maar omdat het een object

<sup>51</sup> J. Baudrillard, *Idem*, blz. 93.

<sup>52</sup> K. Silverman, *The Subject of Semiotics*, blz. 4-14.

<sup>53</sup> R. Barthes, *Mythologieën*, blz. 247-275. Zie ook: R. Barthes, *Het Werkelijkheidseffect*, blz. 101-113.

is, dat aanzien genereert – dat hebben de advertenties duidelijk gemaakt. De waarde van het teken van een object heeft geen betrekking meer op de waarde van het object in de werkelijkheid. In advertenties kan aan de betekenaar van elk object immers elke willekeurige betekenis worden toegekend.

Betekenis en betekenaar zijn zo hun onderlinge logica kwijtgeraakt. In de beeldtaal van de media, waarin tekens elkaar in snel tempo opvolgen, verwijst de één niet langer noodzakelijkerwijs naar de ander – het zou ons als publiek teveel vermoeien. In feite verwijzen tekens in de media enkel nog naar de taal waarin ze functioneren, of dat nu die van een reclame, serie, *reality-tv* of film is. Ze verwijzen enkel nog naar zichzelf, en naar andere tekens in die taal.

Jameson duidde de postmoderne cultuur als ‘a culture in it’s own right’; die enkel en alleen aan zichzelf *refererende* cultuur is het *simulacrum*. Die cultuur is in feite als een woordenboek: elk woord verwijst naar andere woorden, die opnieuw naar andere woorden verwijzen, en opnieuw, zonder naar de werkelijkheid (natuur) te verwijzen. Het woord ‘woordenboek’ bijvoorbeeld, wordt in de *Van Dale* gedefinieerd als ‘1) naslagwerk waarin de afzonderlijke woorden en vaste uitdrukkingen van een taal zijn gerangschikt, met daarbij hun grammaticale eigenschappen, gebruiksmogelijkheden, betekenissen of vertalingen’, enzovoorts. Het woord verwijst niet naar een woordenboek in de werkelijkheid, maar naar andere woorden, andere betekenaars van die werkelijkheid. Maar als we die woorden willen definiëren, worden we opnieuw verwezen naar andere woorden, en opnieuw. De werkelijkheid (natuur) wordt dus als het ware voortdurend ‘opgeschort’.

De woorden van het simulacrum zijn de woorden en beelden van de verschillende media. En die woorden en beelden zijn er, non-stop. In de woorden van de socioloog Gitlin, een *torrent*, een beeldenstroom of beeldenstorm: van billboards tot huis-aan-huis blaadjes, van kranten tot televisies (vaak twee of drie per familie), en van spelcomputers tot laptops met *wireless* internetverbinding, er is een voortdurende stroom of storm aan elkaar ‘opvolgende’ beelden.<sup>54</sup> En ook zij ‘schorten’ de werkelijkheid voortdurend ‘op’. We leven weliswaar in een tijd waarin zich meer en meer informatie openbaart; maar de betekenis van die informatie neemt af, stelde Baudrillard daarom.<sup>55</sup> De media bepalen ons dagelijks leven, maar maken het niet inzichtelijk voor ons: het is altijd een refereren aan woorden en beelden van andere media, steeds weer.

Het voortdurende ‘opschorten’ en het tempo waarin de beelden elkaar ‘opvolgen’ maakt het moeilijk, zo niet onmogelijk de simulatie en de werkelijkheid van elkaar te onderscheiden. In de beweging waarin de betekenissen in de media imploderen, imploderen de media in het reële en de

---

<sup>54</sup> T. Gitlin, Idem, blz. 16-25.

<sup>55</sup> J. Baudrillard, *Simulacra and Simulation*, blz. 79.

media en het reële in een hyperwerkelijkheid, een werkelijkheid die echter dan echt is maar het niet is.<sup>56</sup>

*It's a small world, afterall*

Zo'n werkelijkheid is de werkelijkheid van de themaparken van *Disney*, of dat nu die in Europa, Japan of de VS zijn.<sup>57</sup> *Mainstreet* en de *Frontier* zijn *lieux de memoire*, geheugenplaatsen, de immateriële herinneringen aan onze kindertijd, alsmede aan onze geschiedenis, materialiserend. Als we door *Mainstreet* lopen, de etalages van de in zeventiende en achttiende eeuwse stijl gebouwde winkelfaçades bekijkend, worden we tegen willen en weten in met affecten, betekenissen en een historisch bewustzijn geconfronteerd: ontelbare *torrents* betekenaren maken ons met elke stap gelukkiger, en nostalgisch naar tientallen verledens (als één verleden, heden en toekomst gepresenteerd) die we niet geleefd hebben. En bovenal: consumptiever (we willen dat geluk, en die nostalgie materialiseren). En als we van een van de vele attracties in de *Frontier* gebruik maken, worden we aan de hand genomen door indianen en pioniers die er echter dan echt uitzien, en van wier avontuurlijke en utopische verleden we ons niet genoeg kunnen voorstellen.

Maar van dat verleden is geen sprake. De *lieux de memoire* zijn even onecht als de herinneringen die ze ons doen herinneren. Noch zijn ze imitaties. Het zijn simulaties. In feite is heel *Disneyworld*, of zijn alle *Disneyworlds* simulaties. Er worden aan de hand van betekenaren van fictionele verledens en toekomstigen betekenissen van fictionele hedens gesimuleerd. Maar wel fictionele hedens die ons actueel beïnvloeden.

In een onderzoek dat enkele jaren geleden werd gedaan naar de invloed van *Disney*, antwoordden veel respondenten *Disney* met hun kindertijd te associëren.<sup>58</sup> Zoals een respondent zei: 'I personally feel *Disney* is a reflection of what [it] is like to be a child'. De simulatie van de herinnering aan de kindertijd, dag in dag uit via de duizenden televisie –en radiostations, film –en platenmaatschappijen, honderden uitgevers van boeken en tijdschriften, speelgoed, theater –en

---

<sup>56</sup> J. Baudrillard, Idem, blz. 82.

<sup>57</sup> Typische voorbeelden van simulacra zijn

<sup>58</sup> J. Wasko, Idem, blz. 38-69. Uit een grootscheeps onderzoek van J. Wasko, M. Philips en E.R. Meehan (Dazzled by Disney? The Global Audiences Project) in 2001 bleek overigens dat 98 procent van de respondenten ooit een Disneyfilm zag, 79 procent een Disney televisieprogramma, 82 procent een boek las, 73 procent ooit met Disney speelgoed speelde, 61 procent Disney kleding droeg en 54 procent tenslotte een Disney themapark bezocht. De respondenten waren gemiddeld 4,61 jaar toen zij voor het eerst met Disney in contact kwamen. Over het algemeen gaven de respondenten aan naarmate zij ouder werden Disney minder te appreciëren – hetgeen in lijn is met Baudrillard's stelling dat Disney wordt voorgesteld als kinderlijk om de rest van de wereld als volwassen voor te stellen. Wel gaf 95 Procent van de respondenten aan dat *Disney* 'fun' was, en verder fantasierijk (94%), vreugdevol (89%), het goede over het kwade (89%), magie (89%), liefde (85%), verbeelding (86%), familie (84%) en optimisme (77%).

multimediaproducties, telefoonmaatschappijen, verzekerings-maatschappijen, sportverenigingen, themaparken, *Times Square* en *gated communities* herhaald, wordt dan de herinnering zelf.

Volgens Baudrillard is ook onze cultuur simulacraal. Hij stelt dat de themaparken van *Disney* als imaginair worden voorgesteld, om ons te laten geloven dat de Europa, Azië en de VS (denk maar eens aan Los Angeles of Las Vegas) dat niet zijn; echt, en niet echter dan echt. *Disneyland* bestaat, zo vervolgt hij, 'to hide that it is the 'real' country, all of 'real' America that is *Disneyland*'.<sup>59</sup> Een leven waarin we ons leven niet leven, maar simuleren te leven: we raken elkaar niet langer aan; we gaan in contacttherapie. We wandelen niet langer; we joggen.

Zo'n leven is een voortdurende *performance*; wij doen voortdurend net alsof. Maar die *performance*, of dat leven, is in feite slechts een uiterlijke *performance*, een uiterlijk leven (betekenaren). In ons doen en laten refereren we aan wat de media (betekenaren) ons hebben laten zien, niet aan een innerlijk leven (betekenis).

Dit wordt duidelijk als we de terminologie van de Amerikaanse cultuurtheoreticus Frederic Jameson hanteren. Het simulacrale leven is, concludeerde hij in zijn beroemd geworden artikel in het *New Left Review* (en enkele jaren later in zijn minstens zo beroemde boek, *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*), een *leven zonder diepte*.<sup>60</sup> Ons leven ontbeert diepte in wat we zien, wat we voelen (tanen van affecten), wat we denken (tanen van betekenis) en hoe we de tijd beschouwen (parodie, *pastische* en nostalgie).<sup>61</sup> Onze cultuur – in het simulacrum het leven zelf – laat zich zien als reeks betekenaren die ons niets over de natuur vertellen, of vertellen willen. Betekenaren in foto's die affecten tonen als angst, woede en verdriet zeggen ons niet wiens affecten dat zijn, of waarom. Ze zijn er in feite louter als stijlprocédé. En in films worden (zoals in *Disneyworld*) verschillende betekenaren uit actuele en fictionele geschiedenissen in elkaar gemonteerd. Ze simuleren 'the "past" through stylistic connotation, conveying "pastness" by the...qualities of the image...[en] by the attributes of fashion'.<sup>62</sup> Onze gevoelens en onze geheugens dienen in het neo-kapitalisme enkel en alleen als functies en als categorieën van het *nu* (het *nu* is dus een voortdurende *pastiche* van verleden, heden en toekomst).<sup>63</sup>

---

<sup>59</sup> J. Baudrillard, *Idem*, blz. 12.

<sup>60</sup> F. Jameson, *Idem*, blz. 6. Jameson schrijft: '...a new depthlessness, which finds its prolongation both in contemporary 'theory' and in a whole new culture of the image or the simulacrum...'. Zie ook: F. Jameson, *Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism*, in: M. G. Durham, D. Kellner (ed.), *Media and Cultural Studies Keywords*, blz. 482-519, met name blz. 486-492/501.

<sup>61</sup> F. Jameson, *Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism*, blz. 18. Voor de duidelijkheid: Jameson duidt *pastiche* als een willekeurig verwijzen naar (de betekenaren van) verschillende verledens. Voor Jameson is *pastiche* typisch voor het *simulacrum* (blz. 18).

<sup>62</sup> F. Jameson, *Idem*, blz. 19-20.

<sup>63</sup> F. Jameson, *Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism*, in: *Idem*, blz. 489-501, 505-507. Met het toepassen van het verleden, het heden en de toekomst als stilistische procedés wordt de lineaire tijd als het ware in elkaar gedrukt, en imploderen verleden, heden en toekomst in het *nu*, zoals in *Disneyworld*.

Het *nu* wat we zien in de media, zullen we daarom moeten aannemen; er is immers geen ‘echt’ *nu* meer waaraan die media refereren. We weten ‘maar al te goed’, schrijft Elsaesser daarom, ‘dat film niets van doen heeft met realiteit en realisme’, maar toch doordringt het ons van de ‘meest echte en intense ervaringen’.<sup>64</sup> En hoewel, zoals Vattimo uitlegt, iedereen inmiddels weet ‘dat de tv liegt’; toch nemen we alle woorden en beelden voor waar aan.<sup>65</sup>

## 1.2 | *Zien en Zijn*

Eenzelfde paradox tekent zich af in de verering van onze helden. Helden, mensen die tot exceptionele staturen zijn geprojecteerd, gaan, zo luidt de definitie, ons vooraf, onze normen en waarden voor ons uitdragend, ons vertellend hoe ons te gedragen.<sup>66</sup> Zoals Lermontov schreef ‘*Een held van onze tijd...is een portret, maar niet van één mens; dit portret is samengesteld uit de gebreken van onze gehele generatie in hun volledige ontwikkeling*’.

Ooit waren er helden als Herakles, Sint Maarten en Ché Guevara. De helden van vandaag de dag zijn echter niet langer halfgoden, heiligen of idealisten, een moreel doel nastrevend, maar goed uitziende idolen – *stars* en *celebrities* –, zichzelf steeds weer opnieuw mediaal verwezenlijkend.<sup>67</sup> We weten dat idolen onze geschiedenis niet voorttrekken zullen. We weten dat – als ze dat al vertellen – ze net alsof doen.

Het maakt ons niet langer uit. Wat telt is dat ze er *nu* zijn (dat ze de *commonplace* vertegenwoordigen). Ze laten ons zien wat het betekent nu te leven, ‘they are examples of the way people live their relation to production in capitalist society’.<sup>68</sup> Idolen als Madonna leren ons er goed uit te zien. Dat zijn immers de waarden van het simulacrum. Zoals Kellner stelt: ‘...by privileging the creation of image, looks, fashion, and style in the production of identity, Madonna reinforces the norms of the consumer society which offers the possibilities of a new commodity “self” through consumption and the products of the fashion industry.’<sup>69</sup>

Dus modelleren we ons zo goed mogelijk naar de getrainde lichamen en gebruiende gezichten van de idolen in magazines, televisie en film, ons allen inschrijvend in de logica van het

---

<sup>64</sup> T. Elsaesser, Idem, blz. 10.

<sup>65</sup> G. Vattimo, Idem, blz. 97.

<sup>66</sup> Zie voor beschrijvingen van de held: T. Carlyle, On Heroes, hero-worship, & the heroic in history; O. E. Klapp, *The Creation of Popular Heroes*, American Sociological Review, Vol. 54, nr. 2 – 1948. Zie ook: T. Vermeulen, De veldslagen voorbij – een biografie van de held (Bachelorscriptie).

<sup>67</sup> P. Pisters, *Het spiegelpaleis van de roem. Sterren en mediapersoonlijkheden in de mediacultuur*, in: T. Elsaesser, P. Hesselberth, Hollywood op Straat, blz. 195, 204-205

<sup>68</sup> R. Dyer, *Heavenly Bodies*, blz. 5, 6. Zie ook: P. Pisters, Idem, blz. 203.

<sup>69</sup> D. Kellner, *Media Culture. Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern*, blz. 263.

simulacrum. Maar, zoals Boorstin opmerkte, waar de held stond voor buitengewone normen en waarden, ons en onze geschiedenis voorttrekkend, is het idool een tautologie, 'known primarily for their well-knownness.' Het is 'nothing greater than a more publicized version of us. In imitating him, in trying to dress like him, talk like him, look like him, think like him, we are simply imitating ourselves... By imitating a tautology, we ourselves become a tautology standing for what we stand for... We look for models, and we see our own image.'<sup>70</sup>

Maar wie zien we dan?

### *De mens*

Als wij naar idolen kijken, zien we onszelf, als in een spiegel. De filosoof Michel Foucault spreekt in zijn essay *On other Spaces* over het wezen van de spiegel, voor hem zowel een utopie als een heteropie voorstaand. Om jezelf in de spiegel te zien, schetst Foucault, moet je als het ware door een virtueel punt heen kijken. Je moet accepteren dat die persoon in de spiegel dezelfde persoon is als jijzelf, terwijl jij hier staat (in de actuele werkelijkheid), en niet daar (in de virtuele werkelijkheid).<sup>71</sup>

Dit besef – het besef de ik en de ander te zijn – onderscheidde volgens de psychoanalyticus Jacques Lacan de mensen van de dieren. De psychoanalytica Bice Benvenuto onderbouwde deze notie halverwege de jaren '80 door erop te wijzen dat de Chimpansee, als we de vooraanstaande fysioloog Jared Diamond mogen geloven het meest aan de mens verwante dier (tot in bijna 99% van onze genen gelijk), zichzelf in de spiegel niet herkennen kan.<sup>72</sup> De chimpansee ziet in zijn eigen spiegelbeeld een andere chimpansee. Ongeacht het aantal keren dat hij naar de reflectie kijkt, de chimpansee in en op de spiegel blijft een ander.

Lacan noemde deze theorie, die hij reeds in 1936 ontwikkelde, de theorie van de *spiegelfase*.<sup>73</sup> In de spiegelfase, die grofweg plaatsheeft in de eerste zes tot achttien maanden na de geboorte, ziet de mens, een kind nog, zichzelf voor het eerst in de spiegel. Hij, of zij, is aanvankelijk net als de chimpansee in de veronderstelling dat de persoon in de spiegel, die verontrustend gelijkend is, een ander is. Gaandeweg komt hij (zij) er achter dat hijzelf de persoon is. Maar dan niet de persoon die hij (zij) was, de baby, ongecoördineerd en gefragmenteerd (een *dividu*), maar een ander, een met een lichaam dat één is, een *Gestalt*. En zoals Dorian Gray in Oscar

---

<sup>70</sup> D. Boorstin geciteerd in: J. Baudrillard, *The Consumer Society. Myths and Structures*, blz. 195.

<sup>71</sup> M. Foucault, *Of Other Spaces*, in: N. Mirzoeff (ed.), *The Visual Culture Reader*, blz. 237-240. Zie ook: A. Friedberg, idem, over de *virtual gaze*.

<sup>72</sup> B. Benvenuto, R. Kennedy, *The Works of Jacques Lacan. An Introduction*, blz. 53; J. Diamond, *De Derde Chimpansee. Evolutie en toekomst van het dier dat mens heet*, blz. 16.

<sup>73</sup> J. Lacan, *Écrits: a selection*, blz. 1-8, 9-32.



Wilde's roman *The Picture of Dorian Gray* verliefd wordt op zijn eigen portret, wordt het kind verliefd op zijn eigen *Gestalt*, zijn eigen ondeelbare lichaam in de spiegel.

Het kind leert zijn biologische 'ik', zijn *actuele* lichaam, in die zin enkel kennen door het kennismaken van een imaginaire 'ik' (*imago*) in de spiegel. Het is in zijn of haar individualiteit (als ondeelbare entiteit) een projectie van zijn of haar verbeelding, een standbeeld (*relief de stature*). Maar het is ook de verbeelding van anderen. De spiegel, de moeder, en de vader leren het kind zichzelf in hun ogen, de ogen van anderen te zien. Lacan noemt dit proces het leren van de 'wet van de vader', of de 'symbolisering'.

De symbolisering is voor Lacan het moment van inschrijven in de werkelijkheid van de mensen, van de samenleving, een werkelijkheid die verre van werkelijk is. Die werkelijkheid noemt Lacan de 'symbolische orde' of de 'symbolische wet'. Anderen noemen die werkelijkheid het 'discours', of het 'milieu'. Onze werkelijkheid is voor Lacan niets dan de taal, of dat nu in woorden, tekens of beelden is. Het is de wijze waarop we zien, lezen, spreken en denken, en de waarheden die we daaraan ontleen. Door de taal leren we de cultuur, door de cultuur socialiseren we ons. We leren wat wel en wat niet mag, hoe we ons in onze samenleving moeten gedragen.

De spiegelfase en de symbolische wet leren ons ondermeer dat we één zijn. Dat is de manier waarop we naar de werkelijkheid leren kijken, met een symbolische bril. Het virtuele gaat dus voor Lacan per definitie vooraf aan het reële (niet te verwarren met Lacan's notie van het *Reële*).<sup>74</sup>

Het *ego*, voor Freud *id*'s geïnternaliseerde genoegdoening, was voor Lacan zodoende, geconstrueerd door de spiegelervaring en de symbolische wet waarin het zichzelf in een spatiële context (de omgeving) plaatste als één met die context, een misvatting (*meconnaissance*).<sup>75</sup> In de woorden van Benvenuto, 'the ego is (...) an agency organized to misread the truth [dat de mens in feite gefragmenteerd is] which comes to the subject from the unconscious.'<sup>76</sup> De zelfreflectie, die de mens van het dier of de machine onderscheidt, is dus in feite een misleiding – een symbolische misleiding. Zelfbewustzijn ontspruit dientengevolge uit een misvatting – niet in de gelijkenis van een god of een zichzelf denken in zichzelf (Descartes' *cogito ergo sum*).

De symbolische wet is echter niet neutraal, maar ideologisch. De filosoof Foucault spreekt in dit verband van een kennis- (*savoir*) en machtsrelatie (*pouvoir*). Diegene die aan bepaalde handelingen betekenis kan verlenen (bijvoorbeeld geloof, wetenschap, kunst enz.), genereert in het discours dat daar waarde aan ontleent macht. En vanzelfsprekend vice versa. In het discours van het

---

<sup>74</sup> J. Lacan, Idem, blz. 3-4.

<sup>75</sup> J. Lacan, Idem, blz. 24.

<sup>76</sup> B. Benvenuto, Idem, blz. 60; Zie ook: J. Lacan, Idem, o.a. blz. 5, 10. In dromen is de mens dikwijls gefragmenteerd. Lichaamsdelen vallen af of ontbreken simpelweg enz.

*panopticum* bijvoorbeeld, dat voor Foucault dient als model voor de moderniteit, is de bewaker, die alle gevangenen zien kan, degene met macht (zoals Jenks terecht opmerkt, het *voir* in *savoir/pouvoir*).<sup>77</sup>

In het postmodernisme echter is, zoals ik eerder aangaf, volgens de theoretici de panoptische blik niet langer van belang. Het gaat om zicht, niet om inzicht in (*transparantie*) de materie. Er is volgens hen bovendien niet langer van één discours, maar van tal van discourses sprake, met allen eigen wetten en waarheden. Er zijn zodoende niet langer universele machtsclaims mogelijk.

Op een na: de visuele machtsclaim van het simulacrum. Om het in de woorden van Oosterling uit te drukken: ‘wij ontleen aan de milieus waarin we zijn opgegroeid onze identiteit en eigenwaarde’, en in onze tijd zijn de media die milieus.<sup>78</sup> De gevangene in het panopticum is *subject* aan de wetten van de door de bewaker opgelegde discipline. De mens die in het simulacrum leeft is voor alles subject aan de wetten van het mediale en consumptieve zien, en dus aan de wetten van het mediale en consumptieve worden en zijn.

De media zijn, nu er geen werkelijkheden meer gemedieerd dienen te worden, onze actuele ervaring geworden. Maar een actuele ervaring die virtueel is – dat hebben de theorieën van de *spiegelfase* en de *symbolische wet* ons duidelijk gemaakt. De virtuele werkelijkheden waarin het ego keer op keer geconstitueerd wordt, spiegels, filmdoeken, televisieschermen en interfaces, gaan in het simulacrum vooraf aan een volgende virtuele ervaring (die vervolgens voorafgaat aan de volgende, enz.).

We moeten daarom net als Friedberg spreken in termen van de *virtual mobilized gaze*: de passages waardoor we flaneren, de koopwaar (tentoongestelde objecten, anderen, en onszelf) die we in de etalages bekijken, ze zijn virtueel geworden. Niet in de zin dat ze niet reëel zijn, maar in de zin dat ze in feite pas reëel zijn als ze in de symbolische orde van de media en de consumptie zelf zijn opgenomen.

In die zin is Slavoj Zizeks opmerking dat het scherm onze eigenlijke menselijke dimensie definieert, of Oosterlings notie van *ICTheologie*, waarbinnen wij onze geloofwaardigheid aan de media ontleen, plotseling niet langer abstract. Het zijn de media die niet alleen ons zelfbeeld bepalen, maar het zijn geworden.<sup>79</sup>

De media in het simulacrum construeren ons op twee manieren, die ik reeds in de inleiding kort aan de orde stelde: aan de ene kant (1) construeren ze ons visueel maar aan de andere kant (2)

---

<sup>77</sup> D. Hall, *Subjectivity*, blz. 90-97; C. Jenks, *Culture*, blz. 143.

<sup>78</sup> H. Oosterling, *Radicale Middelmatigheid*, blz. 29.

<sup>79</sup> H. Oosterling, *Radicale Middelmatigheid*, blz. 9; H. Oosterling, *ICTheology and local interesse*, in: Idem, blz. 109-129.

deconstrueren ze ons tegelijkertijd technologisch. Enerzijds verliezen we in een virtuele wereld ons contact met de realiteit, ‘dat wil zeggen, elektronische golven gaan voorbij aan de interactie van externe lichamen en vallen direct onze zintuigen aan, ‘het is de *oogbal* die nu het gehele lichaam van de mens omvat’; anderzijds vervangen technogecomputeriseerde protheses (bypasses, pacemakers enz.) onze inwendige organen.<sup>80</sup>

### *Narcissus en Narcosis*

Marshall McLuhan sprak, nog voordat Baudrillard *Simulacra and Simulation* schreef, in dit verband over de mens in de mediasamenleving in termen van Narcissus en Narcosis.<sup>81</sup> Narcissus, de jongeman die op niemand verliefd worden kon, tot hij door toeval gedwongen werd zijn eigen spiegelbeeld te beminnen, staat voor de mens als visuele constructie van de media. De Narcissus die wij kennen uit de verhalen van Ovidius immers, ontstaat pas als hij zichzelf in een medium – namelijk het water – gewaarwordt.

Die gewaarwording is, zoals we bij Lacan zagen, in feite een lichamelijke veruitwendiging (*extensie*) van onszelf, die wij vervolgens geestelijk willen verinnerlijken. De pointe van Ovidius’ geschiedenis van Narcissus is daarom voor McLuhan dat mensen aanvankelijk ‘ge fascineerd worden door elke extensie van zichzelf in elk materiaal dat niet henzelf is’, er vervolgens afhankelijk van worden, en het tenslotte verinnerlijken. Ze gaan ‘zelf als een ‘servo-mechanisme aan die extensie...beantwoorden’.<sup>82</sup>

Zoals we hebben gezien, doen consumptie en mediatie in het simulacrum in feite niets anders dan dat, ons een spiegel voorhouden, die we verinnerlijken. Maar dan wel non-stop. Het gevolg is, als ik de woorden van de psychoanalyticus Lasch – die sprak over de Amerikaanse samenleving van de jaren ’60 en ’70 – mag extrapoleren, een spiegelpaleis, waarin realiteit en surrealiteit (‘...unsubstantial images, illusions...’) niet meer te onderscheiden zijn.<sup>83</sup>

Deze voortdurende spiegel fase, gaat Lasch verder, ‘makes the subject an object; at the same time, it makes the world of objects an extension or projection of the self’.<sup>84</sup> Alles wat hij ziet is er

---

<sup>80</sup> S. Zizek, Idem, blz. 154.

<sup>81</sup> M. McLuhan, Idem, blz. 65-71.

<sup>82</sup> M. McLuhan, Idem, blz. 65. Zie voor een analyse: H. Oosterling, *Radicaal Middelmatigheid*, blz. 9-19, 27-30, 51-54.

<sup>83</sup> C. Lasch, *The Culture of Narcissism*. Voor Lasch was de Amerikaanse samenleving van de jaren ’60 en ’70 per definitie een consumptiesamenleving. Omdat de sociaal-politieke hiërarchie onzichtbaar was gemaakt, diende men zich volgens Lasch in statussymbolen (economisch) te onderscheiden. Omdat identiteit (door arbeidsdeling) niet langer gebonden was aan de productie, of aan klasse of stand, werd het vanaf nu gebonden aan consumptie – en voor Lasch zodoende ook aan competitie.

<sup>84</sup> C. Lasch, *The Minimal Self*, blz. 30.

door en voor hem, ter vervulling van zijn wensen, verlangens en behoeften. Zijn extensies zijn ‘commodities...produced for immediate consumption’.<sup>85</sup> Omdat hij echter zijn identiteit ontleent aan die extensie – waarvan hij zich niet bewust is dat het zijn extensie is – in ervaart hij die als competitie: hij moet consumeren om iemand te zijn, en hij moet knap zijn om iemand te zijn. Een dergelijke cultuur, besluit Lasch, een cultuur waarin we de leefomgeving zien als, zoals Narcissus, spiegel van onze eigen affecten, is een *cultuur van narcisme*. Individualisme en narcisme zijn in die cultuur onze collectieve identiteit geworden.<sup>86</sup>

Maar in tegenstelling tot de *commonplace* opvatting van narcisme, heeft de narcist zichzelf niet lief, maar haat hij zichzelf in feite.<sup>87</sup> Hij is voor zijn gevoel voortdurend niet in staat te voldoen aan de standaarden van de competitie, de competitie van de consumptie. Hij kan nooit zijn eigen reflectie worden, zijn eigen extensie zijn – waarvan hij zich niet bewust is, dat hij dat zelf is. Hij is gepreoccupeerd met fantasieën van succes, macht, briljantie, schoonheid, of ideale liefde, juist omdat hij niet zeker is die eigenschappen tot hun volle recht te laten ontplooiën. De narcist voelt zich dikwijls onzeker, voelt vaak een innerlijke leegte (‘the void’), en beklagt zich vaak ontevreden te zijn met het leven, zonder te weten waarom. Om diezelfde redenen – de competitie te verliezen – is de narcist bang voor ziektes, ouderdom en dood gaan. Alleen door zich te verbinden aan mensen van belangrijke statuur – zoals idolen –, door hun respect te verkrijgen, wordt hij zelfverzekerder.

Relaties zijn voor de Narcist daarom nooit zonder reden, maar altijd ‘exploitatie’. Niet zozeer omdat hij dat wil, maar omdat hij zich er door de competitie toe gedwongen waant. Hij vermijdt zodoende ‘close involvements, which might release intense feelings of rage’, en ervaart zijn relaties vaak – terwijl dat dus zijn eigen schuld is – als ‘bland, superficial and deeply unsatisfactory’.<sup>88</sup> Tenslotte ontbeert het hem aan empathie. Hij kan zich niet in de gevoelens of behoeften van anderen herkennen of inleven.

Die gevoelloosheid is, zoals in Ovidius’ fabel, in feite een defensiemechanisme. Om aan zijn eigen extensie te beantwoorden, moest Narcissus zich voorwenden dat het niet zijn extensie was. Als hij zich dat niet had voorgewend, zou hij zich volgens McLuhan en Lasch wel eens beseft kunnen hebben – en misschien deed hij dat ook wel – dat hij zijn spiegelbeeld beminde.

Narcissus is etymologisch dan ook te herleiden tot narcosis, narcose. Narcose is voor McLuhan de gevoelloosheid die intreedt nadat autoamputatie is opgetreden. Autoamputatie treedt

---

<sup>85</sup> C. Lasch, *The Minimal Self*, blz. 31.

<sup>86</sup> C. Lasch, *The minimal Self*, met name blz. 23-59, 163-190; C. Lasch, *The Culture of Narcissism*, met name blz. 21-25, 31-49, 71-74, 84-86, 170-176.

<sup>87</sup> C. Lasch, *The Culture of Narcissism*, blz. 31, 35.

<sup>88</sup> C. Lasch, *Idem*, blz. 37.

op als ledematen, organen en zenuwen worden vervangen door extensies, door technologische toepassingen die aan de tempoversnellingen en drukvergrotingen van de tijd voldoen. Om die extensies te laten functioneren, dienen de ledematen, organen en zenuwen – die nu dus overbodig geworden zijn – zich te verdoven, hun natuurlijke gedrag te verlammen. Met de extensie van het wiel enkele eeuwen geleden bijvoorbeeld werden de voeten plotseling gedwongen een onnatuurlijke beweging – een draai – te maken. Dat kon enkel als ze onder narcose waren, zich niet bewust van hun eigenlijke beweging, en zich door de extensie lieten bewegen. ‘Zelfamputatie sluit zelfherkenning uit’, schrijft McLuhan zodoende.<sup>89</sup>

Terwijl we leven door middel van vitaminepreparaten, protheses, *botox*, siliconen en bypasses, ziet onze reflectie in de spiegel, foto of film, er steeds beter uit. Terwijl de consumptie en de mediatie onze betekenis met elke extensie deconstrueren, construeren ze onze betekenaar. Onze lichamen zijn dus modellen die zichzelf niet herkennen in de modellen in de media, de modellen die ze al zijn. Narcose, narcisme als ons ego, houdt ons de symbolische bril voor die ons onszelf in de spiegels als één laat ervaren.

Tegelijkertijd verlangt het narcisme naar nieuwe extensies, om aan de competitiestandaarden te voldoen. En daarna nog een, en nog een. Het narcisme van het simulacrum is als een dialectiek, waarin consumptie, mediatie, autoamputatie, narcose, narcisme, en het ‘nu’ door elkaar ontwikkeld worden en elkaar ontwikkelen. Het is een dialectiek die zichzelf in stand houdt, maar zich tegelijkertijd steeds opnieuw vernieuwt.

---

<sup>89</sup> M. McLuhan, Idem, blz. 66.

## 2.

# DE MONTAGE VAN DE MENS

---

### 2.1 | *Being Charlie Kaufman, Becoming Donald*

In *Adaptation* verschuift Kaufman, zoals hij het zelf enkele jaren geleden in een interview met de *Volkskrant* verwoordde, de ‘grenzen van de werkelijkheid’.<sup>90</sup> Maar in feite doet hij meer: hij verwijdert de grenzen. Door de kijkers te laten zien dat de ‘werkelijkheid’ een construct is, maar een construct zonder aanwijsbaar begin of einde (blijkens het onnoemelijke aantal werkelijkheden), toont hij hen, ons, dat de waarheid die we eraan ontleen, dat ook is. Hij verwijdert de grenzen van wat binnen en buiten is, echt en onecht, waar en onwaar.

Het interessante aan Kaufman’s plot is dat hij ons erop wijst dat hoewel de ‘werkelijkheid’ een door *Hollywood* gegeven *commonplace* is, we er toch op moeten vertrouwen. Omdat de grenzen van binnen en buiten, echt en onecht en waar en onwaar niet langer bestaan, kunnen we hen niet langer van elkaar onderscheiden. In de woorden van Baudrillard: werkelijkheid en schijn zijn geïmplodeerd in één en dezelfde tijd en ruimte. Baudrillard wees in dit verband – zoals we in *De montage van de werkelijkheid* zagen – reeds op de non-waarde van differenties, die volgens hem in feite slechts inschrijvingen in de consumptiemaatschappij, het simulacrum zouden zijn – dat heeft de geschiedenis van Che Guevara, of de betekenis van het teken ‘de revolutie’, ons tenslotte ook geleerd. Elke zich daarop toeliggende cultuurkritiek, zoals bijvoorbeeld de avant-garde, is daarom een hypokritiek, zichzelf als de slang uit de parabel in *Adaptation* in de eigen staart bijtend.

Al wat rest, lijkt Kaufman met *Adaptation* te willen zeggen, is opnieuw en opnieuw te laten zien hoe die werkelijkheid dan tot stand komt *terwijl* die tot stand komt, te laten zien hoe de film zich ontrolt *terwijl* de film zich ontrolt (dus in feite heel modern). Kaufman laat zien hoe Charlie Donald wordt.

In *Adaptation* worden de mechanismen van het simulacrum tentoongesteld, in *Being John Malkovich* en *Eternal Sunshine of The Spotless Mind* de effecten op en van de mensen die in het simulacrum leven: *Narcisme* en *Narcese*.

---

<sup>90</sup> R. Ockhuijsen, *Wisseltruc: Charlie Kaufman gunt iedereen het recht op zijn eigen interpretatie*, in: *De Volkskrant*, 6-3-2003, kunst, blz. k32.

In *Being John Malkovich* zien we dat identiteit als visuele constructie expliciet het gevolg is van consumptie en mediatie. In *Eternal Sunshine of the Spotless Mind* zien we dat die constructie impliciet het gevolg is van een technologische deconstructie.

## 2.2 | *Narcisme: Being John Malkovich*

*The media give substance to and thus intensify narcissistic dreams of fame and glory, encourage the common man to identify himself with the stars...and to make it more and more difficult for him to accept the banality of everyday existence.*

C. Lasch<sup>91</sup>

Iedereen kent het verlangen zo nu en dan iemand anders te zijn, moet Charlie Kaufman gedacht hebben, dus waarom zijn of worden ze het niet? In zijn debuutfilm *Being John Malkovich* (1999) kunnen de personages voor maar liefst vijftien minuten John Malkovich zijn, vanzelfsprekend tegen betaling. Hoewel het script allesbehalve gewoon aandoet, is het verfilmd, zoals ook *Volkscrant* recensent Ronald Ockhuijsen opmerkte, alsof het dat wel is.<sup>92</sup> De werkelijkheid van *Being John Malkovich* verschilt niet van de onze, de mensen evenmin.

### *Samenvatting*

Graig Schwartz (John Cusack) bijvoorbeeld, poppenspeler, ziet zijn dromen, gewone mensendromen, keer op keer stuk slaan. Hij wil met zijn poppentheater, dat hij dag in dag uit, ongeacht het weer, in de grijze straten van New York bespeelt, erkenning, succes, roem. Maar als wij, de kijkers, hem zien, de ongelukkige geschiedenis van *Eloise en Abelard* spelend – een terugkerend thema in het oeuvre van Kaufman (zie § 2.3) – zien we hoe hij oplost in het grijze glas, steen en metaal, onzichtbaar wordt in het stadsrumoer van passanten, fietsers en auto's. Wanneer hij 's avonds thuis komt, zien we zijn vrouw, Lotte (Cameron Diaz), die niet veel gelukkiger is. Alleen haar huisdieren – o.a. katten, honden, vogels, en een aap, Joshua genaamd – lijken haar leven nog zin te verlenen.

Door (geld)nood gedwongen solliciteert Graig daarom op een baan, als archivaris – hij is immers vingervlug –, en wordt aangenomen. Het bedrijf, *Lestercorp*, is gevestigd op een halve

---

<sup>91</sup> C. Lasch, *The culture of narcissism*, blz. 21.

<sup>92</sup> R. Ockhuijsen, *Idem*, blz. K32.

verdieping, tussen de zevende en de achtste in, om, zo vertelt de directeur Graig met een knipoog, de kosten te drukken, evenals de schouders ('...low overhead'). Bijna onder de druk van het kantoor(plafond) bezwijkend ontmoet Graig de mooie, kille Maxine (Catherine Keener), op wie hij verliefd wordt.

Als hij niet lang daarna achter een archiefkast een portal (een modderige tunnel, waardoor hij letterlijk in het hoofd van Malkovich 'valt') vindt die leidt naar het hoofd van John Malkovich (kan het onwerkelijker?), is dan ook zij, en niet Lotte, de persoon aan wie Craig zijn ontdekking vertelt. En wanneer zij vervolgens voorstelt kaartjes te verkopen voor het 15 minuten zijn van John Malkovich (*J.M. Inc.*), laat hij zijn twijfels – dat de portal wellicht allerlei vragen over het menselijk bestaan zou stellen – onmiddellijk voor wat ze zijn en schikt zich naar haar wens.

Wanneer Graig die avond aan Lotte vertelt over de portal, wil zij 'het' proberen. Nadat ze 'het' geprobeerd heeft (er 'uit geworpen' is aan de berm van een snelweg), weet Lotte plots wie en wat ze is: ze is geen vrouw, ze is een man, in het lichaam van een vrouw. Terwijl we avond na avond tientallen mannen in de rij zien staan, enkele honderden dollars in de hand, voor 15 minuten John Malkovich, ontrolt het plot van de film zich voor ons. Graig is verliefd op Maxine; Lotte, als John Malkovich, wordt het. Ze scheiden, en Graig, de poppenspeler, bespeelt John Malkovich zo goed (de anderen kunnen slechts door zijn ogen meekijken), dat hij hem langzaam maar zeker wordt. John Malkovich is een pop geworden, bewegend zoals Graig wil. Maxine zelf is niet verliefd; ze is wellustig, maar alleen als ofwel Graig, ofwel Lotte, John Malkovich is (pas in de laatste scènes, nadat ze Malkovich, door Graig bespeeld, verlaten heeft, lijkt ze verliefd te zijn, op Lotte, die dan zichzelf is). En dan is er nog Lester, de directeur van *Lestercorp*, die de portal tientallen jaren geleden geopend blijkt te hebben, en er nu in wil.

De wil van John Malkovich, voortdurend onderdrukt, doet er niet toe. Hij geleidt slechts de wil van de poppenspeler, Graig. Als Graig het lichaam van Malkovich controleert, en als Malkovich een leven gaat leiden, acteert Malkovich niet meer, hij – de marionet – speelt met marionetten (hetgeen, Malkovich's idoolstatus in acht nemend, vanzelfsprekend een doorslaand succes is). Pas als Graig hem verlaat, lijkt hij voor een moment zichzelf te zijn, totdat hij, enkele seconden later, voor altijd zal worden bewogen door Lester.

Interessant is dat het script de laatste bladzijden nogal verschilt van de film. In het script namelijk heeft Lester in ruil voor het eeuwige leven zijn ziel verkocht aan de duivel. In de film is hij een vriendelijke oude man die graag lang wil leven. Waar in het script Lester, als Malkovich, in de naam van de duivel de wereldheerschappij opeist, wil hij in de film, als Malkovich, een lang en gelukkig leven leiden – maar wel *nu*. In het script leren de misstanden van vandaag de dag ons dat het evenwicht tussen goed en kwaad, god en duivel, uit balans is. Het schrijft het plot in in een



tragische traditie (of dat nu die van *Faust* of die van *Hybris* is). Die traditie is echter niet verfilmd. Goed en kwaad, god en duivel zijn niet verbeeld. Alleen de misstanden zelf zijn te zien. Die misstanden zijn de misstanden van het simulacrum, de misstanden van het narcisme.

### *Analyse*

We zien een werkelijkheid die, zoals de onze, draait om consumptie en mediatie. Ten eerste zien we dat de mens niet functioneert als subject, maar als consumptieobject. Ten tweede is, zo moge duidelijk zijn, het idool de mens die iedereen zou willen zijn. Dat is hij niet, zoals ik reeds heb aangegeven in *De montage van de werkelijkheid*, omdat hij van exceptionele statuur is (onze geschiedenis voortrekt enz.), maar omdat hij gemedieerd is.

Ik zal eerst tonen hoe de filmkarakters Malkovich als extensie van zichzelf ervaren, als consumptieobject, en vervolgens waarom ze Malkovich willen zijn, en niet zichzelf. Tenslotte zal ik kort enkele opmerkingen plaatsen bij Jonze's cameraposities, de *Gaze*, en verklaar ik waarom de filmkarakters narcistisch zijn.

### *Consumptie*

'Stars are made for profit', schrijft Richard Dyer.<sup>93</sup> Ze verkopen zichzelf, de film waarin ze acteren, de *dvd-release* en *merchandising*. Maar ze zijn er ook voor de 'profit' van het publiek dat hen consumeert. We gaan naar de film om het idool te zijn, ons met hem te identificeren, als ware hij een extensie van onszelf. Maar wat nu, als we het idool écht kunnen zijn?

Nadat hij voor het eerst in John Malkovich geweest is, vertelt Graig aan Maxine:

[Graig] 'It's supernatural, for lack of a better word. I mean, it raises all sorts of philosophical type of questions...about the nature of self, about the existence of the soul. Am I me, is Malkovich Malkovich? (...) Do you see what a metaphysical can of worms this portal is? ...I don't see how I could go on living my life the way I've lived it before.'

Want, zo vraagt Graig zich in Kaufman's originele script af, is nu niet Descartes' 'duality an illusion?' En critici bespreken de karakters in de film in termen van Plato – 'reïncarnatie' – en Heidegger – 'vallen' en 'geworpen worden'.<sup>94</sup> Sommigen fluisteren zelfs de naam van Nietzsche –

---

<sup>93</sup> R. Dyer, *Idem*, blz. 5.

<sup>94</sup> Zie bijvoorbeeld: T.C. Smith, *Being John Malkovich. Happiness is a warm portal. On being a tour through the history of philosophy*, op: Metaphilm.com, 31-03-2004 ([http://metaphilm.com/philm.php?id=296\\_0\\_2\\_0](http://metaphilm.com/philm.php?id=296_0_2_0)).

‘we zullen zelf goden moeten worden’. Het antwoord van Maxine (en volgens een enkeling van Kaufman <sup>95</sup>) is echter dat die vragen er niet toe doen. Het enige dat ze zegt is:

[Maxine] ‘...We’ll send tickets.

[Graig] ‘Tickets to Malkovich?’

[Maxine] ‘Exactly. Two hundred dollars a pop.’

Of je de dialoog nu leest als dialoog tussen de idealist (Graig) en de realist (Maxine), of als die tussen de idealist (Graig) en de materialist/kapitalist (Maxine), de strekking van Jonze en Kaufman is duidelijk: we leven in een maatschappij waarin alles draait om consumptie.<sup>96</sup> De *portal*, (de zin van) het leven voor altijd veranderend, interesseert Maxine in feite niet. Enkel het geld dat ze kan verdienen doet haar besluiten Graig’s enthousiasme te delen. In haar narcisme zijn alle waarden voor haar tot marktwaarden gereduceerd, zelfs een waarde als deze. Graig’s laatste tegenwerpingen, dat

[Graig] ‘...there is something profound here...we can’t exploit... (...) We don’t know the significance of this thing...’

negeert ze volledig. Graig spreekt waarden aan (of die nu van morele aard zijn of niet) die er in de huidige samenleving, zo lijken Jonze en Kaufman te willen vertellen, niet meer toe doen. Het zijn waarden die Maxine eenvoudigweg niet kent.

Ook als de eerste klant wil vertellen waarom hij zo graag iemand anders wil zijn, interrumpeert Maxine direct:

[Erroll] ‘I’m a fat man. I’m sad and I’m fat and I...’

[Maxine] ‘Two hundred dollars, please.’

De gevoelens van Errol, maar ook van Graig of Malkovich doen er voor haar niet toe. Ze kan en wil zich er niet in inleven. Ook het goeddoen (ze maakt Errol en de andere klanten gelukkig) is voor haar niets dan een marktdifferentie. Maar ook Graig, de idealist, is, zo laten Jonze en Kaufman zien, ingeschreven in de consumptiemaatschappij. In zijn liefde voor Maxine accepteert hij gedwee haar voorstel tickets voor John Malkovich te verkopen.

---

<sup>95</sup> Zie bijvoorbeeld: S. Meijer, *De waarheid is voor sukkels*, in: Het Parool, 22-1-2000, blz. 23.

<sup>96</sup> Zie bijvoorbeeld ook: H. Beerekamp, *Pretpark in de hersenpan van een beroemdheid ; Superieure nonchalance in vederlicht en tragisch debuut van regisseur Spike Jonze*, in: NRC Handelsblad, 29-3-2000, blz. 1.

Vanaf dat moment beschouwt hij Malkovich zelf ook steeds meer als object. Hij wordt hem niet, hij gebruikt hem. Zoals Kaufman het zelf verwoordde: hij '[is] inside someone else's skin, but Craig doesn't have the experience of being Malkovich, he has the experience of using Malkovich.'<sup>97</sup> Als hij leert Malkovich te controleren, zegt hij zodoende:

[Graig] 'It's just a matter of practice before Malkovich is nothing more than another puppet hanging next to my worktable.'

Malkovich is voor hem een pop, een gebruiksobject, maar vooral een consumptieobject. Maar hij is meer. In de competitie van de consumptie wordt hij Graigs persoonlijkheid. Dat blijkt ook als John Malkovich zelf zijn portal binnen is gegaan, waar hij tot zijn schrik ondervonden heeft dat iedereen hem is, kinderen, vrouwen en mannen, pratend in 'Malkovich-taal'. Als hij uit de portal 'geworpen' is, en schreeuwt:

[Malkovich] 'That was *no simulation!* (...) I have been to the dark side. I have seen a world that no man should ever see! (...) That portal is mine and it must be sealed forever, for the love of God.'

antwoordt Graig, niet meer de mens die hij eens was, alleen:

[Graig] '...With all due respect... I discovered that portal. It's my livelihood...'

De vragen die hij zichzelf aanvankelijk nog stelde, die nu door Malkovich aan de orde worden gesteld, zijn voor Graig niet langer van belang. Zelfs als Malkovich uitroept:

[Malkovich] 'It's my head, Schwartz! It's my head!'

laat het Graig onverschillig. Voor hem is Malkovich 'van hem, het is 'zijn' goudmijn, 'zijn' middel 'iemand te zijn', en 'zijn' middel om Maxine's liefde te winnen. Malkovich behoort voor Graig niet langer toe aan Malkovich zelf, maar aan hem:

[Graig] 'And who's to say I won't be seeing what you're seeing...'

---

<sup>97</sup> A. Nocenti, Interview met C. Kaufman (2000), in: Scenario, op: [www.beingcharliekaufman.com](http://www.beingcharliekaufman.com).

Maar in feite is Malkovich voor iedereen een consumptieobject. Zoals Kaufman over de ervaring van de karakters zei: ‘they never really get into Malkovich’s brain (...) no one knows what he’s feeling. They see through his eyes and they use his body, but (...) I don’t think anyone in the movie is particularly interested in Malkovich’.<sup>98</sup>

Zelfs, tot slot, Lester niet. Typerend zijn Lester’s opmerkingen op Graig’s eerste werkdag:

[Lester] ‘Nobody wants to die, Schwartz. I wish I were a young man...’

[Graig] ‘But the elderly have so much to offer, sir. They are our link with history.’

[Lester] ‘I don’t want to be your goddamn link, damn you. (...) I want my body to inspire lust...’

Lester is ‘a-historisch’. Hij wil niet leven in het verleden, noch in het ooit, hij wil leven in het *nu*. Hij wil zich aan de tijd onttrekken, niet ouder worden, niet doodgaan. John Malkovich is zijn tijdmachine. Voor Lester is hij dus net zo goed een consumptieobject, een extensie van hemzelf, als voor de andere personages. Lester wil er goed uitzien, lust opwekken, leven. Dat kan ‘nu’, door het idool te worden, ons als het ware, als in de bioscoop, in zijn huid te hullen. Niet Malkovich’s gebruikswaarde is voor hem interessant, maar zijn status, zijn ruilwaarde.

### *Mediatie*

Die ruilwaarde wordt bepaald door Malkovich’ betekenis in de metataal, niet door zijn betekenis in de objecttaal. Zijn betekenis in de metataal is zijn gemedieerde zelf, zijn publieke zelf; zijn betekenis in de objecttaal is zijn niet-gemedieerde zelf, zijn private zelf. Het maakt niet uit dat het idool John Malkovich is, maar dat John Malkovich een idool is. Graig, Maxine, Lotte en Lester zouden evenzo ieder ander idool consumeren – als hij of zij maar een idool was. Zoals Malkovich zelf eens zei in een interview: ‘in this case it’s me, but it could have been (...) I don’t know, whoever really...’.<sup>99</sup>

In de film wordt dit gegeven voortdurend uitgewerkt. Niemand lijkt te weten in welke films Malkovich gespeeld heeft, of wie hij is, zelfs Graig niet. Exemplarisch is de volgende scène (zich afspelend in een taxi):

[Taxichauffeur] ‘Say, aren’t you that actor guy?’

[Malkovich] ‘Yes.’

---

<sup>98</sup> A. Nocenti, Interview met C. Kaufman, Idem.

<sup>99</sup> S. Schaeffer, *John Malkovich ponders the role of his life and what Being John Malkovich really means* [Interview met John Malkovich], op: Mr. Showbiz, 1999.

[Taxichauffeur] 'John...John...Don't tell me...John Maplethorpe?'

[Malkovich] 'Malkovich...'

[Taxichauffeur] 'Ok...I thought you were alright in that one movie (...) The one where you played that jewel thief.'

[Malkovich] 'I never played a jewel thief.'

[Taxichauffeur] 'No? ...Who am I thinking of? (...) No, I'm pretty sure it was you...'

In de film verlaat Graig op dit moment John Malkovich. In het script konden we taxichauffeur nog horen zeggen:

[Taxichauffeur] 'Could I get you autograph now? It's for...oh, what the hell, it's for me! I'm your biggest fan!'

De taxichauffeur is niet geïnteresseerd in Malkovich, maar in Malkovich in de meta taal. En Maxine weet aanvankelijk helemaal niet wie John Malkovich is. Wanneer Graig haar vertelt dat hij een portal heeft ontdekt die leidt naar het hoofd van John Malkovich, antwoordt Maxine:

[Maxine] 'Sounds Great... Who the fuck is John Malkovich?'

En nog later, als de eerste klant vraagt wie hij kan zijn, wordt eenzelfde beeld geschetst:

[Erroll] 'Can I be anyone I want to be?'

[Maxine] 'You can be John Malkovich.'

[Erroll] 'That's perfect. It's my second choice, but...it's wonderful.'

Wat Jonze en Kaufman ons laten zien, is dat de lichamen, gezichten en namen van de idolen inwisselbaar zijn. Ze doen er niet toe. Idolen zijn interessant vanwege de door consumptie en mediatie gegeven betekenis. De citaten bewijzen dat John Malkovich voor de taxichauffeur, Maxine of Errol net zo goed een ander idool had kunnen zijn. Voor hen telt enkel de ervaring van 15 minuten *fame* – Kaufman's expliciete verwijzing naar Warhol, de consumptie, de media en de popcultuur.

Als ze Malkovich consumeren consumeren ze zodoende een betekenaar; zichzelf, als subject, betekent niets meer. Hij is *haute couture*, dat wij tegen betaling te pas en te onpas aan kunnen trekken. Hij is, in Baudrillard's woorden, een *model*, geen lichaam.

Voor de mensen in *Being John Malkovich* ontstaat identiteit in de gelijkenis van zichzelf met de projectie van zichzelf in de spiegel, die zij houden voor idolen in de media. Die gelijkenis, of in feite het ontbreken ervan, is visueel. De mens is dus in eerste instantie een visueel construct. Zoals Madonna ons voorhoudt, of zoals Julia Roberts, die in *Pretty Woman* pas gelukkig wordt als ze zichzelf met behulp van een succesvolle zakenman van slecht verzorgde, slecht geklede straathoer in een goed verzorgde, chique geklede en mooie dame transformeert, is de boodschap van onze cultuur ‘that if you want to become a new you, to transform your identity, to become succesfull, you need to focus on image, style, and fashion.’<sup>100</sup> Alleen door zijn of haar lichaam te bruinen, trainen of plastificeren, zichzelf als object te beschouwen dat zich in waarde kan meten aan de idolen, doet de mens mee in de competitie van het simulacrum.

In *Being John Malkovich* wil Maxine ook alleen van John Malkovich weten of

[Maxine] ‘...this Malkovich fellow [is] appealing?’

Waarop Graig antwoordt:

[Graig] ‘Yes, of course. He’s a celebrity.’

Ook Graig aanvaardt, zo laten Jonze en Kaufman ons zien, in en met die opmerking de waarden van de maatschappij waarin hij leeft – namelijk, dat de ‘more publicized version of us’, zoals Boorstin het verwoordde, er per definitie goed uit ziet. De redenering is voor tweërlei interpretatie vatbaar: hij is beroemd omdat hij er goed uitziet, en/of hij ziet er goed uit omdat hij beroemd is. In het geval van John Malkovich is het laatste waarschijnlijker. Waar het om gaat is dat zijn uiterlijk het uiterlijk is van een idool, een beroemdheid; als hij dat niet was, zou hoogstwaarschijnlijk niemand 200 dollar betalen om hem 15 minuten te zijn.

Er was ook niemand die Graigs poppenspel waardeerde toen hij zichzelf was. Pas als hij Malkovich is (als een pop bespeelt), is zijn poppenspel succesvol. De kwaliteit van zijn spel heeft daar vanzelfsprekend niets mee te maken. Alleen het feit dat hij Malkovich is – zijn betekenaar – is voor media, critici en publiek van belang.

Zelfs voor Lotte blijkt identiteit een visueel concept te zijn. Als ze voor het eerst in John Malkovich geweest is, zegt ze al tegen Graig:

---

<sup>100</sup> D. Kellner, Idem, blz. 234.

[Lotte] ‘ Being inside did something to me...It’s like everything made sense. I knew who I was.’

Waarop Graig nog repliceren kan:

[Graig] ‘But you weren’t you. You were John Malkovich.’

[Lotte] ‘I was, wasn’t I? I was John fucking Malkovich!’

Maar een dag later weet ze het zeker:

[Lotte] ‘I’ve decided I’m a transsexual. I know, it’s the craziest thing...’

[Graig] ‘Are you fucking nuts?’

[Lotte] ‘No. It’s just that for the first time everything felt right (...)’

[Graig] ‘It’s just a fase. It’s the thrill of seeing through somebody else his eyes...’

[Lotte] ‘Don’t stand in the way of my actualization as a man.’

Voor iedereen geldt dus: door van uiterlijk te veranderen, veranderen ze hun identiteit. Maar wat ze



Still 1. Graig ziet Malkovich door de ogen van Malkovich de krant lezen.

Still 2. Graig ziet Malkovich door de ogen van Malkovich in de spiegel kijken.

in feite doen is hun betekenis (geest) loskoppelen van hun betekenaar (lichaam). Op het moment dat hun geest voor 15 minuten in het lichaam van Malkovich is, is er geen relatie tussen die twee. Ze simuleren elkaars bestaan.

Interessant is in dit geval de hand van Jonze en Kaufman. Want wat we zien is dat geen van de karakters, zelfs Lotte niet, ‘have a much different experience once they’re in Malkovich’ dan dat

ze als zichzelf zouden hebben.<sup>101</sup> Ze zien hoe Malkovich eet, koffie drinkt, de krant leest, of telefonisch uit een catalogus bestelt. Het leven dat we van het idool zien, zijn ruilwaarde zoveel waardevoller, zijn betekenaar zoveel esthetischer, verschilt niet van het onze.

### *De Gaze*

Het is dus alsof we in de bioscoop zitten – dat hebben Jonze en Kaufman willen duidelijk maken –, kijkend naar een film die niet verschilt van ons leven. Niemand is onze presentie gewaar, noch wij die van anderen. Zonder zelf te bewegen, zien we door de ogen van de idolen op het scherm – nu de werkelijkheid – de werkelijkheid. We zien door hun ogen de mannen en vrouwen die we willen zien, en, zij zien ons, als idool, nu ook (voyeuristisch). We identificeren ons met het idool, John Malkovich, maar in feite identificeren we ons door zijn ogen met onszelf (narcistisch). Hij is slechts het *middel* – en dat beseffen we ons nu. Wat Jonze en Kaufman doen is het zichtbaar maken van de structuur van de mediatie en consumptie die iemand tot idool maken. Wat ze doen is het ontleden van de *virtual mobilized gaze*.

In de eerste scènes door de ogen van Malkovich zien we hem, als gezegd, eten, drinken, de krant lezen, enz. Kortom, geen handelingen die voor ons ongewoon zijn. De beelden zijn zo normaal, dat ons meekijken bijna abnormaal, absurd, belachelijk wordt. Dan zien we Malkovich plots naar zichzelf kijken in de spiegel. Wat hij niet weet, weten wij wel: er kijkt iemand mee – Graig, maar ook wijzelf. Onze *Gaze* wordt in *Being John Malkovich* voorafgegaan door die van de personages. Waar we normaliter onbewust met de camera meekijken, worden we er nu – ook door het beperkte zicht – op bewust gemaakt. En met wie moeten we ons identificeren? Met Graig, of met Malkovich, of met beiden? En als we vervolgens zien hoe Maxine naar Malkovich – of is het naar Lotte? – knipoogt, stellen we ons allang niet meer voor dat ze dat naar ons doet.

Ook de scène waarin Graig Maxine en Malkovich door de ogen van Malkovich ziet vrijen, spreekt niet langer tot de verbeelding. We horen Graig voortdurend met de seks meedenken, hardop zowel de narcistische als de voyeuristische *Gaze* uitsprekend. Hij maakt de *Gaze* expliciet. Als hij zegt:

[Graig] ‘Move left hand across right breast now!’,

en John Malkovich beweegt inderdaad zijn linkerhand over Maxine’s rechterborst, worden wij ons van onze *Gaze* bewust gemaakt. We worden er op geattendeerd dat zij geen object is. Als we de scène niet via de ogen van Graig via de ogen van Malkovich hadden gezien, dan hadden we

---

<sup>101</sup> A. Nocenti, Interview met C. Kaufman (2000), in: Scenario, op [www.beingcharliekaufman.com](http://www.beingcharliekaufman.com).



Malkovich en Maxine tot narcistische en voyeuristische extensies van onszelf gemaakt. De scène had dan aan onze verlangens voldaan – ook wij zouden immers via Malkovich Maxine’s borsten willen aanraken. Nu we ons van de *Gaze* bewust zijn, laten we dat.

Door te laten zien dat onze persoonlijkheid nog louter tot stand komt als, en in een visuele competitie, distantiëren Jonze en Kaufman – of ze dat nu bewust doen of niet – ons ervan. Ze



Still 3. *Lotte ziet Maxine door de ogen van Malkovich knipogen.*

Still 4. *Graig ziet en bemint Maxine door de ogen van Malkovich.*

maken ons bewust van onze simulacrale mechanismen – dat de consumptie en mediatie zich alleen op de ruilwaarde en de betekenaar concentreren. Ze tonen ons dat wij in deze taal allemaal narcisten zijn.

### *Narcisme*

In *Being John Malkovich* ervaren alle personages zichzelf, anderen en de wereld als extensies van henzelf. In het simulacrum waarin zij leven, in de roulatie van betekenaren, de *code*, is alles te consumeren. Zij uiten zich zoals narcisten dat doen. En dat geldt niet alleen voor Maxine, die zich in feite niet in de gevoelens van wie dan ook kan inleven, en zich slechts uit eigenbelang aan Graig, Lotte en Malkovich verbindt. Voor iedereen lijken de mensen in de spiegels consumptieobjecten te zijn – hetgeen zich vanzelfsprekend het duidelijkst laat zien in de omgang met Malkovich.

Om aan de competitie te voldoen willen Graig en Lester – die ontevreden zijn – een lichaam dat ze van status voorziet. Graig wil op die manier meedoen in de competitie om liefde, geluk en succes. Lester, ‘terrified by ageing’, wil op die manier überhaupt weer meedoen.

*Being John Malkovich* laat zien dat de structuur van het simulacrum de mens niet alleen visueel construeert, maar ook tot narcist maakt. Het is eenvoudigweg de structuur die hem of haar ertoe dwingt. Alle karakters worden pas gelukkig als ze aan de stijlregels – die in een dergelijke samenleving leefregels zijn – van de consumptie- en mediasamenleving voldoen. Ze moeten

voortdurend een *performance* geven. Zoals de psychoanalyticus Frosh stelt: omdat er ‘an intense concentration on surface and on appearance’ is, is ook identiteit alleen ‘a set of images and roles, ‘selfpresentation’ as the core reality of experience’.<sup>102</sup>

In *Eternal Sunshine of the Spotless Mind* nu toont identiteit zich niet alleen in de zelfpresentatie; het is, omdat de karakters niet weten wie ze zijn, dé zelfpresentatie.

### 2.3 | *Narcose: Eternal Sunshine of the Spotless Mind*

*Ik ben heel gefrustreerd geraakt toen ik in het leven  
probeerde te vinden wat ik in de bioscoop had gezien.  
Het is me niet gelukt.*

C. Kaufman<sup>103</sup>

In de laatste scène van *Being John Malkovich* zien we hoe Graig, verlaten door Lotte, Maxine en Malkovich, door de ogen van het kind van Lotte en Maxine – dat ze verwekten toen Lotte Malkovich was – naar Lotte en Maxine kijkt. Graig controleert het kind echter niet, zij controleert hem. Hij zit gevangen in haar lichaam, in haar geest, *in de tijd*, zoals Eloise in zijn theater, in de eerste scène van de film.

Aan een van haar dichtregels ontleent Kaufman’s laatste script de titel: ‘*Eternal Sunshine of the Spotless Mind*’. Eloise, die haar liefde voor de priester Abelard niet mocht en niet kon uiten, gevangen in de herinneringen en verlangens van haar lichaam en haar geest, maar ook in haar cel en de tijd, verzuchtte:

‘How happy is the blameless vestal’s [de onschuldige maagd] lot!  
The world forgetting, by the world forgot.  
Eternal sunshine of the spotless mind [zuivere, onbezoedelde geest]!  
Each pray’r accepted, and each wish resign’d...’<sup>104</sup>

Als, zo meende ze, haar geest maar *zuiver* was, ze zich niets hoefde te herinneren, elk verlangen haar ontnomen was. Zij wilde leven in een *nu*, ontdaan van verleden of toekomst (ontdaan dus, zou Jameson zeggen, van diepte).

---

<sup>102</sup> S. Frosh, *Identity Crisis: Modernity, Psychoanalysis and the Self*, blz. 65.

<sup>103</sup> C. Kaufman geciteerd in: B. Stigter, *Invasie van het geheugen ; Liefde laat zich niet wissen*, in: NRC Handelsblad, 10-9-2004, blz. 17.

<sup>104</sup> A. Pope, *Eloisa to Abelard*, 207-210.

## Samenvatting

Precies dat verlangen, het zuiveren van de geest, van de herinneringen, is wat in *Eternal Sunshine of the Spotless Mind* kan. In Kaufman's Oscar winnende script is een bedrijf opgestart, dat herinneringen met enkele klikken op de knop via de computer kan wissen. Elke willekeurige herinnering kan worden verwijderd, of dat nu aan dier, mens of leven is.

Aan de hand van alle aandenken aan diegene die of datgene dat vergeten dient te worden, maakt een dokter (Tom Wilkinson) van *Lacuna Inc.* overdag met de computer een kaart aan van de hersenen van de klant, waarop de herinneringen zijn gemarkeerd, waarna technici de klant 's nachts van zijn of haar slechte herinneringen ontdoen. Op die manier herinnert de klant zich, als hij wakker wordt in zijn/haar eigen bed, niets.

De impulsieve Clementine (Kate Winslet) heeft deze 'procedure' na een ongelukkige relatie met Joel (Jim Carey) laten uitvoeren. Als Joel haar de volgende dag zijn excuses wil maken, weet ze niet wie hij is. Ze is hem vergeten. Als Joel er achter komt hoe ze hem vergeten is, besluit hij hetzelfde te doen.

Vanaf dat moment zien we hoe Joel's herinneringen aan Clementine één voor één worden verwijderd, van achter naar voren. We zien hun afscheid, ruzies, ergernissen, vervelingen, tranen van verdriet, maar ook hun tranen van geluk, hun liefde, verliefdheid, lieve woorden, eerste kus en hun eerste ontmoeting. Maar terwijl de twee technici (Mark Ruffalo en Elijah Wood) Clementine uit zijn geheugen willen wissen, beseft Joel – die gedrogeerd is – zich met elke goede herinnering meer en meer dat hij zijn herinneringen niet kwijt wil raken.

Samen met Clementine snelt hij van herinnering naar herinnering, om de 'procedure' te ontlopen. Maar we zien elke herinnering – met dank aan de regisseur, Michel Gondry, fantastisch verbeeld – vervagen en verdwijnen. Joel kan de herinneringen aan Clementine niet aan de computer onthouden.

In een laatste poging Clementine niet te vergeten, probeert hij haar van de kaart van de technici te halen, haar steeds weer mee te nemen naar herinneringen waar zij in werkelijkheid niet in voorkwam. Aanvankelijk oppervlakkige herinneringen, maar na verloop van tijd steeds diepere. We zien Clementine toekijken als Joel zich als klein kind verstopt heeft, als hij eenzaam is, bang, of verdrietig. Zij is erbij als hij als tienjarige door de andere kinderen gepest wordt. We zien Clementine zelfs bij Joel in bed liggen als hij masturbeert – en door zijn moeder betrappt wordt.

Als we zijn laatste herinnering aan haar zien, hun ontmoeting op het strand, accepteert hij dat hij haar zal vergeten. Hij wil er, nu hij weet dat het zijn laatste moment met haar zal zijn, slechts

nog van genieten. Terwijl ze elkaar vaarwel kussen – en Clementine, dat wil zeggen de Clementine in de herinnering van Joel, de woorden

[Clementine] ‘Meet me in Montauk...’

uitspreekt – zien we hun achtergrond vervagen.

Wij, kijkers, weten nu echter dat Joel Clementine in Montauk zal ontmoeten. En dat ze ’s nachts de liefde zullen bedrijven op de bevroren rivier Charles. Wij hebben aan het begin van de film al gezien dat Joel en Clementine elkaar daar ontmoeten, zonder van elkaar te weten wie ze zijn. Pas nu begrijpen we echter dat dat niet voor het eerst was.

De film kent namelijk twee verhaallijnen, die allesbehalve chronologisch zijn geënceneerd. We kijken enerzijds mee met Joel voor en na de ‘procedure’, en anderzijds met Joel tijdens de ‘procedure’. We zien de film volgens de logica van zijn geest. Een logica die dus, zoals een recensent in het *NRC* opmerkte, allesbehalve logisch is.<sup>105</sup> En dan zijn er ook nog de vertellingen van de dokter, de doktersassistente (Kirsten Dunst) en de technici, die, op de avond dat Joels geheugen wordt verwijderd, allemaal slecht aflopen. De dokter en de assistente worden door zijn vrouw betrappt als ze per ongeluk met elkaar zoenen, waarna de vrouw van de dokter de assistente vertelt dat ook haar herinneringen eens gewist zijn – herinneringen aan, inderdaad, een affaire met de dokter. Haar vriend Stan, die machteloos moet toekijken, is één van de technici. En dan is er nog Patrick, de andere technicus, die die avond eerder weg ging om naar zijn vriendin te gaan. Die vriendin is Clementine, die hij met behulp van de aandelen (aantekeningen, brieven, tekeningen, cadeautjes) van Joel het hof maakt. Hij zegt haar precies hetzelfde als Joel zei, en doet precies hetzelfde als Joel deed.

De laatste scène van de film is de meest veelzeggende. Joel en Clementine hebben per post – verstuurd door de doktersassistente – dossiers en tapes ontvangen van *Lacuna Inc.* waarin ze lezen en waarop ze horen dat ze elkaar al eens lief hadden. Of eens? Enkele dagen geleden. Samen luisteren ze, tegen wil en dank in, naar hoe ongelukkig ze elkaar maakten. Als Clementine voor hun verleden wil weglopen – zoals in het originele script, waar ze haar herinneringen op den duur opnieuw zou laten verwijderen – houdt Joel haar tegen:

[Joel] ‘I can’t see anything that I don’t like about you...right now, I can’t.’

---

<sup>105</sup> B. Stigter, *Invasie van het geheugen ; Liefde laat zich niet wissen*, in: *NRC Handelsblad*, 10-9-2004, blz. 17.

[Clementine] ‘But you will...you will think of things. And I’ll get bored with you and (...) because that’s what happens with me...’

[Joel] ‘...Ok...’

[Clementine] ‘...Ok...’

Het lijkt de affirmatie van Gondry en Kaufman met *Hollywood* te zijn: eind goed al goed. Ook al zullen ze elkaar vervelen, pijn doen, haten, ze zullen het proberen. Er is voor hen geen andere mogelijkheid dan elkaar lief te hebben, keer op keer op keer...

### *Analyse*

Het einde, zoals ook enkele recensenten opviel, verschilt van dat van *Adaptation* en *Being John Malkovich*. Waar de kijker zich na het zien van die films niet meer met de *commonplace* kan verenigen, lijkt dat na *Eternal Sunshine of the Spotless Mind* wel te kunnen. Maar de film is geen *Hollywood* romantische speelfilm – hoewel Kaufman daar zelf niet zeker van was. De film laat zien hoe extensies ons deconstrueren, hoe we die deconstructies ontkennen (*narcosis*), en hoe we die zouden kunnen erkennen.

### *Narcissus, Narcosis, Echo?*

Net als in *Being John Malkovich* zijn lichaam en geest voor Kaufman in *Eternal Sunshine of the Spotless Mind* betekenaren die niet refereren aan de betekenis die ze voorwenden. Maar het script van de laatste film is zowel pessimistischer als realistischer. We eigenen ons niet langer een ander lichaam toe, maar we wissen door een extensie van onze geest onze geest zelf – de ultieme extensie, de ultieme narcose.

In werkelijkheid is het niet mogelijk John Malkovich te worden. We zullen wellicht nooit meemaken dat de geest van de een zich hult in het lichaam van de ander. Maar we kunnen ons, door plastische chirurgie, wel naar die ander modelleren. Het wissen van onze geest met computers kan, als we recente wetenschappelijke ontwikkelingen moeten geloven, op korte termijn echter wel.<sup>106</sup> Het is al eens op kippen getest. De ironie is, dat als we onze geest uit ons lichaam kunnen verwijderen, dat precies is, wat we zullen zijn: kippen zonder kop.

*Eternal Sunshine of the Spotless Mind* maakt ons duidelijk dat de ultieme extensie, het mediaal wissen van de geest, het wissen van de tijd, niet de oplossing is. We worden weliswaar één met het nu, met onze reflectie in de media, maar zijn tegelijkertijd niet ‘echt’ meer. We zijn dan

---

<sup>106</sup> B. Stigter, Idem.

gestructureerd als het simulacrum. We zijn zelf niet meer werkelijk of onwerkelijk, waar of onwaar, zo laten Gondry en Kaufman in beeld en tekst zien.

Als de technici Joels herinneringen wissen, wordt de tijd voor ons gematerialiseerd. Wanneer Joels laatste herinnering, zijn laatste ruzie met Clementine, wordt verwijderd zien we verleden, heden en toekomst vervallen. Na de ruzie zien we haar weglopen, waarna hij haar achterna gaat, eerst per auto, daarna te voet. Terwijl ze van hem weg rent, roept hij:

[Joel] 'Look at it out here. It's all falling apart!'

Op dat moment zien we niet alleen het beeld letterlijk uit elkaar vallen (er worden ledematen verloren, objecten vallen uit elkaar), maar ook de tijd.

Op het moment dat Joel Clementine te voet achterna gaat, verdwijnt voor onze ogen elke spatio-temporele logica. Gondry spiegelt toen en nu, links en rechts. Waar Joel vandaan rende komt hij aan, steeds weer. Het verleden en de toekomst worden een en dezelfde tijd en ruimte. Als hij naar Clementine toe rent, rent hij altijd van haar af, in zowel die tijd als die ruimte. Zij behoort niet langer aan zijn 'nu' toe. Daarom verwijderd zij zich uit ons zicht.



*Still 5-12: We zien Joel langs de supermarkt rennen, één keer (6, 7), en een tweede keer (9). Hij loopt dan in feite terug. Zo wordt het mogelijk voor hem rechts zijn auto te verlaten, om er links weer aan te komen. Als hij vervolgens naar rechts rent, achter Clementine aan, doet Gondry hetzelfde (11, 12). We zien dan rechts weer de autolampen opdoemen.*

De extensie verwijderd voor Gondry en Kaufman dus de lineariteit van de tijd. Of, in feite drukt de extensie de tijd samen, als een compressie. We zien de extensie herinnering na herinnering in elkaar drukken, totdat het verleden in het heden implodeert. Vanaf dat moment zien we Clementine zich uit herinneringen verwijderen, soms geleidelijk, dan weer abrupt. Als Joel beseft dat hij zijn herinneringen niet kwijt raken wil, is het te laat. Zijn herinneringen zijn dan in feite al

niet meer de zijne, ze behoren toe aan de in gang gezette 'procedure' van de extensie. Hij is als een 'servo-mechanisme' aan de extensie gaan beantwoorden.

Gondry en Kaufman laten zo zien hoe de extensie ons autoamputeert, beetje bij beetje. Met elke herinnering, met elk lichaamsdeel dat verwijderd wordt, neemt de dissonantie tussen onze betekenis en onze betekenaar toe. Want die verandert niet. Als Joel 's morgens wakker wordt, Clementine vergeten, verschillen de herinneringen van zijn geest van die van zijn lichaam.

Dat wordt ook duidelijk als Mary, de doktersassistente, erachter komt dat haar geheugen al eens gewist is. Eerder die avond citeerde ze Pope, Nietzsche –

[Mary] "Blessed are the forgetful, for they get the better even of their blunders..."

– en vertelde ze Stan:

[Mary] 'It's amazing, isn't it? Such a gift Howard is giving the world.'

[Stan] '...Yeah.'

[Mary] 'To let people begin again. It's beautiful. You look at a baby and it's so fresh, so clean, so free. Adults... they're like this mess of...sadness (...) And Howard just makes it go away.'

In het script gebruikte ze voor de volwassenen zelfs de woorden angst, woede en hopeloosheid. Ze spreekt in feite dezelfde woorden als Eloise sprak. Net als voor Eloise zijn angst, woede, verdriet en hopeloosheid voor haar categorieën van het verleden, van de tijd (Jameson zou zeggen: van de diepte), zoals ook de liefde voor diegene die ze niet liefhebben kan en mag dat is. En net als Eloise is ze van mening dat wanneer we de tijd verwijderen, we die affecten verwijderen. Zoals Lasch in dit geval zou stellen: 'narcissism longs for the absence of longing...'.<sup>107</sup>

Maar als blijkt dat dat precies is, wat haar is aangedaan, twijfelt ze. Als ze het dossier naleest, haar tape afluistert, wordt ze geconfronteerd met herinneringen die ze zich niet herinneren kan – in het script lezen we zelfs dat ze een abortus gehad heeft. Ze wordt zich bewust gemaakt van de autoamputaties van de extensie; ze wordt uit haar *narcose* wakker geschud.

Uit diezelfde narcose worden Joel en Clementine wakker geschud als ze de dossiers lezen en de tapes luisteren. Ze worden geconfronteerd met de organen, ledematen en herinneringen die ze hadden veruitwendigd, en die ze zich niet (meer) bewust waren. Als ze naar elkaar kijken, maar ook als ze naar zichzelf kijken, in de spiegel, zien ze de extensies nu; ze zien wie zij zijn, in al hun

---

<sup>107</sup> C. Lasch, *The Minimal Self*, blz. 182-183.

gebreken (ze zien diepte) – het is alsof Narcissus door de echo, een stem uit het verleden, van Echo, de nimf die slechts woorden herhalen kon, is opgeschrikt.



## CONCLUSIE

---

Het simulacrum dwingt de mens zichzelf en de wereld als extensie van zichzelf te ervaren, als consumptieobjecten en als betekenaren. De mens ontleent daaraan dan ook zijn identiteit. Maar omdat identiteit zich ontwikkelt door de gelijkenis en het verschil met anderen, moet hij zich door zijn consumptie en door zijn betekenaar (zijn uiterlijk) van die anderen onderscheiden – hij wil leven als de idolen op televisie of het witte doek. Om aan die competitie te voldoen zet de mens organen, ledematen en hersens om in extensies. Die extensies deconstrueren de betekenis van de mens, maar maken hem, omdat de mens die deconstructies ontkent (narcose) ook visueel één; ze construeren zijn betekenaar. De narcose vervolgens, doet de mens zich opnieuw op zichzelf concentreren, en opnieuw, en maakt de mens narcistischer en narcistischer, totdat de mens zelf simulacraal is geworden. Niet omdat hij niet bestaat, maar omdat zijn betekenaar (zijn lichaam) zijn betekenis (zijn geest), slechts simuleert.

Dat is ook wat *Being John Malkovich* en *Eternal Sunshine of the Spotless Mind* ons laten zien: lichaam en geest simuleren elkaar, omdat ze in feite niet langer weten wie ze zijn. De films concretiseren de problematiek van het simulacrale subject, of dat nu bewust of onbewust is. Ze laten zien hoe en waarom wij in de visuele mediasamenleving zijn gemonteerd; ze laten zien wat *de montage van Narcissus* is.

De films maken duidelijk dat we niets zijn dan die montage; we kunnen dan ook niet ‘niet-gemonteerd’ zijn. Evenmin is die montage transparant; de montage van het simulacrum is altijd (en eindeloos) reflectief: als we er doorheen willen kijken, zien we opnieuw onszelf. Wat we (nog) wel kunnen, is, zoals Joel en Clementine, de echo van die montage *zien* (ons ervan bewust worden dat alles een montage is).

Maar als zij die montage *zien* (zich hun extensies gewaarworden), leest de scriptversie van *Eternal Sunshine of the Spotless Mind*, laten zij zich na verloop van tijd opnieuw monteren, en opnieuw, en steeds weer opnieuw.

De vraag is dus: wat *nu*?

## BIJLAGE

---

Van den Braembussche onderscheidt in *Denken over Kunst* modern en postmodern als volgt (blz. 358-359):

### *Sociologische verklaring van begrippen*

<b><i>Premoderniteit</i></b>	<b><i>Moderniteit</i></b>	<b><i>Postmoderniteit</i></b>
Preïndustriële maatschappij	Industriële maatschappij	Postindustriële maatschappij
Idem.	Industrialisering	Informatiemaatschappij
Idem.	Indutrieel kapitalisme	Consumptie/Media maatschappij
Markt-kapitalisme	Monopoliekapitalisme	Laat-kapitalisme
Handelskapitalisme	Modern kapitalisme	Neo-kapitalisme

### *Filosofische verklaring van begrippen*

<b><i>Modern weten</i></b>	<b><i>Postmodern weten</i></b>
Metaverhaal = filosofie als legitimatie	Einde van het metaverhaal = legitimeringscrisis
Universele idealen van de Verlichting: einddoel = bevrijding	Ongeloof aan de idealen van de Verlichting: einddoel = verdacht
Waarheid als enige maatstaf; referentie	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pluraliteit van taalspelen</li> <li>- einde van de representatie</li> <li>- logica van het <i>simulacrum</i></li> </ul>
Subject als fundament	<ul style="list-style-type: none"> <li>- fragmentering van het subject</li> <li>- dood van de auteur</li> </ul>

### *Kunsttheoretische verklaring van begrippen*

<b><i>Modernisme</i></b>	<b><i>Postmodernisme</i></b>
Scheiding tussen hoge en lage kunst	Grens tussen hoge en lage kunst verdwijnt
Autonomie van de kunstenaar = kritische maatschappelijke functie	Autonomie verdwijnt: allesomvattende cultuur-industrie
Stilistische zuiverheid, formalisme en	Stilistische onzuiverheid, eclecticisme en

functionalisme	historicisme
Nadruk op authenticiteit en betekenis	Werkelijkheid als schijnvertoning, verlies aan diepte en betekenis
Nadruk op angsten, vervreemding van het subject, geniecultus, originaliteit	Nadruk op schizofrenie en fragmentering van het subject, kunst als imitatie en parodie

# FILMOGRAFIE/BIBLIOGRAFIE

---

## *Filmografie*

- Anderson, P.T.** Magnolia, 1999  
**Cronenberg, D.** Videodrome, 1983  
**Gondry, M.** Eternal Sunshine of the Spotless Mind, 2004  
**Gondry, M.** Human Nature, 2001  
**Jonze, S.** Adaptation, 2002  
**Jonze, S.** Being John Malkovich, 1999  
**Solondz, T.** Happiness, 1998  
**Solondz, T.** Storytelling, 2001  
**Truffaut, F.** Fahrenheit 451, 1966  
**Wachowski, A.& L.** Wachowski, The Matrix, 1999

## *Bibliografie*

- Barthes, R.** Het Werkelijkheidseffect (Historische Uitgeverij, 2004)  
**Barthes, R.** Mythologieën (De Arbeiderspers Amsterdam, 1975)  
**Baudrillard, J.** De Vitale Illusie (Klement Kampen, 2002)  
**Baudrillard, J.** Simulacra & Simulation (University of Michigan Press Ann Arbor, 2006)  
**Baudrillard, J.** Symbolic Exchange and Death (Sage Publications Londen, 1993)  
**Baudrillard, J.** The Consumer Society. Myths and Structures (Sage Publications Londen, 1998)  
**Baudrillard, J.** The System of Objects (Verso Londen/New York, 2005)  
**Beerekamp, H.** *Pretpark in de hersenpan van een beroemdheid ; Superieure nonchalance in vederlicht en tragisch debuut van regisseur Spike Jonze*, in: NRC Handelsblad, 29-3-2000, Cultureel Supplement, blz. 1.  
**Being Charlie Kaufman**, op: <http://www.beingcharliekaufman.com>  
**Benvenuto, B. & R. Kennedy**, The Works of Jacques Lacan. An Introduction (Free Association Books Londen, 1986)  
**Bordwell, T. & K. Thompson**, Film Art. Fifth Edition (McGraw-Hill New York, 1997)  
**Braembussche, A. van den**. Denken over Kunst. Een inleiding in de kunstfilosofie (Coutinho Bussum, 2000)  
**Carey, J.** *A cultural approach to communication*, in: J. Carey (ed.), Communication as Culture. Essays on media and Society, blz. 13-36. (Routledge New York/Londen, 1992)  
**Carlyle, T.** On Heroes, hero-worship, & the heroic in history (University of California Press Oxford, 1993)  
**Castells, M.** The Network Society Vol.II. The Power of Identity (Blackwell Malden/Oxford, 1997)  
**Certeau, M. de.** The Practice of Everyday Life (University of California Press Berkeley, 1984)  
**Croteau, D. & W. Hoynes**, The Business of Media. Corporate Media and the Public Interest (Pine Forge Press Thousand Oaks, 2001)  
**Debord, G.** *The Commodity as Spectacle*, in: M. Durham & D. Kellner (ed.) Media and Cultural Studies Keyworks (Blackwell Malden/Oxford, 2006)  
**Diamond, D.** De Derde Chimpanse. Evolutie en toekomst van het dier dat mens heet (Het Spectrum Utrecht,

- 2001)
- Durham, M. G. & D. Kellner** (ed.), *Media and Cultural Studies Keyworks* (Blackwell Malden/Oxford, 2006)
- Dyer, D.** *Heavenly Bodies. Film Stars and Society*. Second Edition (Routledge Londen/New York, 2004)
- Elsaesser, T.** *Inleiding: Hollywood op Straat*, in: T. Elsaesser, P. Hesselberth (ed.), *Hollywood op Straat. Film en televisie en de hedendaagse mediacultuur* (Vossiuspers AUP Amsterdam, 2000)
- Everett, W.** *From Frame to Frame: Images in Transition*, in: W. Everett (ed.), *Film, Vision, and Identity*, blz. 1-19 (Rodopi Amsterdam/Atlanta, 2000)
- Film Philosophy**, op: <http://www.film-philosophy.com>
- Foucault, M.** *Of Other Spaces*, in: N. Mirzoeff (ed.), *The Visual Culture Reader*, blz. 237-244 (Routledge London/New York, 1998)
- Friedberg, A.** *Window Shopping. Cinema and the Postmodern* (University of California Press Berkeley, 1993/4)
- Frosh, S.** *Identity Crisis: Modernity, Psychoanalysis and the Self* (Macmillan Londen, 1991)
- Gitlin, T.** *Media Unlimited. How the torrent of images and sounds overwhelms our lives* (Henry Holt & Company New York, 2003)
- Gorman, L. & D. McLean.** *Media and Society in the Twentieth Century. A Historical Introduction* (Blackwell Publishing Malden/Oxford, 2003)
- Hall, D.** *Subjectivity* (Routledge New York/Londen, 2004)
- Hillier, J.** (ed.) *American Independent Cinema. A Sight and Sound Reader* (BFI Londen, 2001).
- Holmlund, C. & J. Wyatt** (ed.), *Contemporary American Independent Film. From the margins to the mainstream* (Routledge Londen/New York, 2005)
- Jay, M.** *Downcast Eyes. The denigration of vision in twentieth-century french thought* (University of California Press Berkeley/Los Angeles, 1994)
- Jameson, F.** *Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism*, in: M. G. Durham, D. Kellner (ed.), *Media and Cultural Studies Keyworks*, blz. 482-519, met name blz. 486-492/501.
- Jameson, F.** *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism* (Duke University Press, Durham, 1991)
- Jenks, C.** *Culture* (Routledge Londen/New York, 2003)
- Kaufman, C.** *Adaptation* (script), 2001
- Kaufman, C.** *Being John Malkovich* (script), 1999
- Kaufman, C.** *Eternal Sunshine of the Spotless Mind* (script), 2004
- Kellner, D.** *Media Culture. Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern* (Routledge Londen/New York, 1995)
- Klapp, O.E.** *The Creation of Popular Heroes*, *American Sociological Review*, Vol. 54, nr. 2 – 1948.
- Lacan, J.** *Écrits: a selection* (Routledge Londen/New York, 2004)
- Lasch, C.** *The Culture of Narcissism. American Life in an Age of Diminishing Expectations* (Norton New York, 1978)
- Lasch, C.** *The Minimal Self. Psychic Survival in Troubled Times* (Norton New York, 1984)
- Levy, E.** *Cinema of Outsiders. The Rise of American Independent Film* (New York University Press New York/Londen, 1999)
- Lyotard, J.F.** *Het Postmoderne Weten. Een Verslag* (Agora Kampen, 1987)
- Mast, G. & M. Cohen, L. Braudy** (ed.), *Film Theory and Criticism. Introductory Reading, Fourth Edition* (Oxford University Press New York/Oxford, 1992)
- McLuhan, M.** *Media Begrijpen* (Nieuwezijds Amsterdam, 2002)
- Meijer, S.** *De waarheid is voor sukkels*, in: *Het Parool*, 22-1-2000, blz. 23.
- Mirzoeff, N.** *An Introduction to Visual Culture* (Routledge Londen/New York, 1999)
- Mul, J. de.** *Romantic Desire in Postmodern Art & Philosophy* (State University of New York Press, 1999)

- Mul, J. de.** *Noodlottige vrijheid*, in: NRC Handelsblad, 20-06-2003, Cultureel Supplement.
- Mul, J. de.** *Ontologische Paranoia*, in: NRC Handelsblad, 13-06-2003, Cultureel Supplement.
- Mul, J. de.** *Posthumane doeleinden*, in: NRC Handelsblad, 14-11-2003, Cultureel Supplement.
- Mulder, A.** *Over Mediatheorie. Taal, beeld, geluid, gedrag (V2\_/NAi Uitgevers Rotterdam, 2004)*
- Mulvey, L.** *Visual Pleasure and Narrative Cinema*, in: G. Mast, M. Cohen, L. Braudy (ed.), *Film Theory and Criticism. Introductory Reading, Fourth Edition*, blz. 746-757 (Oxford University Press New York/Oxford, 1992)
- Nietzsche, F.** *De vrolijke wetenschap (Uitgeverij de Arbeiderspers Amsterdam, 2003)*
- Nocenti, A.** Interview met C. Kaufman (2000), in: Scenario, op: <http://www.beingcharliekaufman.com>
- Ockhuijsen, R.** *Wisseltruc; Charlie Kaufman gunt iedereen het recht op zijn eigen interpretatie*, in: De Volkskrant, 6-3-2003, Kunst, blz. 32
- Ockhuysen, R.** *Opduiken in het eigen leven*, in: De Volkskrant, 17-11-2005, Kunst, blz. 4
- Oosterling, H.** *ICTeology and Local Interesse*, in: L. Nagl (ed.), *Essays zum Jacques Derrida und Gianni Vattimo*, Religion, blz. 109-129 (Peter Lang Frankfurt am Main, 2001)
- Oosterling, H.** *Radicale Middelmaticiteit (Boom Amsterdam, 2002)*
- Pasolini, P.** *De Ketterse Ervaring (Wereldvenster Bussum, 1981)*
- Pisters, P.** *Het spiegelpaleis van de roem. Sterren en mediapersoonlijkheden in de mediacultuur*, in: T. Elsaesser, P. Hesselberth (ed.), *Hollywood op Straat. Film en televisie en de hedendaagse mediacultuur*, blz. 195-212 (Vossiuspers AUP Amsterdam, 2000)
- Pribram, E. D.** *Cinema & Culture. Independent Film in the United States, 1980-2001.* (Peter Lang New York, 2002)
- Sarup, M.** *Identity, Culture and the Postmodern World (Edinburgh University Press Londen, 1996)*
- Schaeffer, S.** *John Malkovich ponders the role of his life and what Being John Malkovich really means*, in: Mr. Showbiz, 1999, op: <http://www.beingcharliekaufman.com>
- Schelling, F.W.** *Filosofie van de Kunst (Boom Amsterdam, 1996)*
- Silverman, K.** *The Subject of Semiotics (Oxford University Press New York 1983)*
- Skradol, N.** *Adaptation, Adaptation, Adaptation: Zizek and the common place*, in: *Film-Philosophy*, nr. 27, vol. 8, 2004, op: <http://www.film-philosophy.com/vol8-2004/n27skradol>
- Smith, T.C.** *Being John Malkovich. Happiness is a warm portal. On being a tour through the history of philosophy*, in: *Metaphilm.com*, 31-03-2004, op: [http://metaphilm.com/philm.php?id=296\\_0\\_2\\_0](http://metaphilm.com/philm.php?id=296_0_2_0)
- Smith, P.** *Cultural Theory. An Introduction (Blackwell Malden/Oxford, 2004)*
- Steigerwald, D.** *Sixties and the End of Modern America (St. Martin's Press New York, 1995)*
- Stigter, B.** *Invasie van het geheugen ; Liefde laat zich niet wissen*, in: NRC Handelsblad, 10-9-2004, blz. 17
- Turner, G.** *Film as Social Practice (Routledge Londen/New York, 2001)*
- Vattimo, G.** *De Transparante Samenleving (Boom Amsterdam, 1998)*
- Verstraten, P.** *Celluloid Echo's. Cinema kruist Postmodernisme (Van Tilt Nijmegen, 2004)*
- Wasko, J. & M. Philips en E.R. Meehan** (ed.), *Dazzled by Disney? The Global Audiences Project (Leicester University Press Londen, 2001)*
- Wasko, J.** *Understanding Disney – The Manufacture of Fantasy (Polity Cambridge, 2001)*
- Zizek, S.** *Het subject en zijn onbehagen (Boom Amsterdam, 1997)*
- Zizek, S.** *The Metastases of Enjoyment: On Women and Casuality (Verso Londen/New York, 2005)*

