

Bedankt voor het downloaden van dit artikel. De artikelen uit de (online)tijdschriften van Uitgeverij Boom zijn auteursrechtelijk beschermd. U kunt er natuurlijk uit citeren (voorzien van een bronvermelding) maar voor reproductie in welke vorm dan ook moet toestemming aan de uitgever worden gevraagd.

Boom

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch door fotokopieën, opnamen of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikelen 16h t/m 16m Auteurswet 1912 jo. Besluit van 27 november 2002, Stb 575, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoeding te voldoen aan de Stichting Reprorecht te Hoofddorp (postbus 3060, 2130 KB, www.reprorecht.nl) of contact op te nemen met de uitgever voor het treffen van een rechtstreekse regeling in de zin van art. 16l, vijfde lid, Auteurswet 1912.

Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten, postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl/pro).

No part of this book may be reproduced in any way whatsoever without the written permission of the publisher.

info@boomamsterdam.nl
www.boomuitgeversamsterdam.nl

Het seksappe(a)l van de psychoanalyse

PIETER VERCAEREN

«Steve Jobs is dood» stond op 7 oktober in alle kranten te lezen. Een flink aantal van ons vroeg zich toen in verwondering af: ja, en wie is dan wel die Steve Jobs? Het wereldschokkende van het overlijden van de lieve man ontging velen van ons. Leert men nadien dat hij de grote baas, de CEO heet dat dan, van Apple was dan steeg de verbazing nog meer. De baas van een computerbedrijf is vroegtijdig geveld door kanker. Dat is natuurlijk triestig maar wereldschokkend is het nu ook weer niet. Als hij dan nog met Albert Einstein, John Lennon en door sommigen zelfs met God vergeleken wordt dan begint men zich vragen te stellen bij het oordeelsvermogen van of de volgelingen of de verslaggevers. Steve Jobs en John Lennon hebben echter meer gemeen dan hun pseudoreligieuze charisma. Lennon stichtte in 1968 samen met de andere Beatles reeds een bedrijf onder de naam Apple Records. De bedoeling was de inkomstenbelasting te ontduiken. Toen Steve Jobs later zijn Apple oprichtte kwam er een rechtszaak met Apple Records over het gebruiksrecht van de naam. Later volgden nieuwe rechtszaken over het introduceren van iTunes en de iPod. De Beatles-erfgenamen verloren deze laatste rechtszaken en pas vorig jaar bereikte men een overeenkomst, met als gevolg dat de Beatles nu ook op iTunes te koop staan.

Onlangs hoorde ik op een Vlaamse zender een *Apple-believer* praten over het toch zo sexy zijn van de iPhone. Is de appel dan toch sinds het aards paradijs een vrucht met seksuele betekenis, een seksappe(a)l? Onlangs kwam mijn zevenjarige zoon thuis met de boodschap dat een vriendinnetje hem sexy vond. Hij is best een knappe jongen maar sexy... ? En in de psychoanalytische kringen in Vlaanderen is er sinds kort een geanimeerd debat gaande over het «sexy» willen maken van de psychoanalyse. De vraag is of er sowieso behoefte is aan een meer sexy psychoanalyse en wat men zich daar dan bij moet voorstellen. Het toepassen op de psychoanalyse van de marketingtrucs van bijvoorbeeld de blitse auto-industrie doet menigeen zijn wenkbrauwen bezorgd fronsen. Het discrete en het intieme van de psychoanalyse staan in scherp contrast tot elk exhibitionisme. In de Verenigde Staten heeft men geprobeerd

om de psychoanalyse een onderdeel van de levensstijl van de *rich and famous* te maken. Er is daar bij mijn weten ook niet veel creatiefs uit voortgekomen behalve het installeren van een paar vooral goed voor zichzelf zorgende analytische goeroes.

John Lennon schreef in 1968: *Sexy Sadie*. Oorspronkelijk zou het lied *Maharishi* heten naar zijn toenmalige goeroe. Vanwege diens actieve seksuele leven en Lennons onvermogen om de spiritualiteit en seksualiteit van zijn goeroe te integreren werd het een liedtekst vol verontwaardiging en kwaadheid. We hoeven Lennons misschien wat jeugdige reactie hier niet te analyseren. Wel het feit dat zelfs de voorvechters van de seksuele revolutie in de jaren zestig het adjectief 'sexy' niet noodzakelijk als een compliment beschouwden. Er vond blijkbaar een betekenisverschuiving plaats, een omkering in het tegendeel (Freuds *Verkehrung im Gegenteil*). In de jaren zestig stond 'sexy' voor iets dat in een gegeven context moreel verwerpelijk is (seks met volgelingen, het misbruiken van de overdracht). Nu is het blijkbaar het woord bij uitstek geworden voor wat men los van enige context aantrekkelijk vindt: sexy computers, sexy kinderen en zelfs een sexy psychoanalyse. Elke verwijzing naar de geslachtsdaad lijkt tijdens het vertoeven in de reclame- en marketingwereld verdrongen te zijn. De psychoanalyse lijkt ook dit lot te hebben ondergaan. Freuds theorie van de seksualiteit, de psychoanalyse, werd in de loop van de jaren ook meer en meer gedeseksualiseerd. Mijns inziens grotendeels dankzij haar poging om zich te conformeren aan het medische en academische bedrijf. Dat de psychoanalyse, als ze zich sterk maatschappelijk tracht aan te passen, geen toekomst heeft blijkt overigens uit haar lotgevallen boven de grote rivieren. Hoe ironisch is het dat als men nu spreekt over het sexy willen maken van de psychoanalyse men daar juist deze drang tot aanpassing aan de wetmatigheden van de markt mee lijkt te bedoelen (meer effectiviteitsonderzoek en minder theorievorming) eerder dan het radicaal ter discussie stellen van de menselijke conditie. Gaat de psychoanalyse, wat haar voortbestaan betreft, in de leer bij *Sexy Sadie* of Steve Jobs, of kunnen we het met Freud misschien even droogjes over de lotgevallen van de menselijke seksualiteit hebben?

Kiezen we, met andere woorden, voor de appel van de Beatles, een smetteloze golden delicious waarin nog niemand gebeten heeft? Of gaan we voor het logo van Apple Computers, een perfect ontworpen *less-is-more*-appel waaruit echter een stukje ontbreekt, een consumptieappel? Freud had echter ook iets met appels. Voor Freud was de appel net als de meeste vruchten een symbool voor de vrouwelijke rondingen en haar genitaliën. Minder bekend is dat hij zijn vrouw Martha Bernays bij hun eerste ontmoeting een appel zag schillen. Niet zo sexy misschien, maar toch. Was het een voorbode van zijn theorie van de seksualiteit gekenmerkt door het onoplosbare conflict tussen de oneindige eisen van de driftmatigheid en de noodzaak van het door de castratieangst aanwezig gestelde Boven-Ik?