

De Amerikaanse Droom – een gemeenschappelijke noemer

Er is moeilijk een fenomeen te vinden dat meer gemeenschappelijk is aan de Amerikaanse cinema dan dat van de Amerikaanse Droom (uitgezonderd misschien het thema liefde). Voor elk genre kan men de Amerikaanse Droom als invalshoek gebruiken om de films in één kader onder te brengen. Wat houdt dit fenomeen in en waarom is het de vlag die de hele lading van de Amerikaanse cinema kan dekken?

De Amerikaanse Droom is de mythe van het succes. Het is de overtuiging dat elk mens van zijn of haar leven kan maken wat hij of zij wil, mits bepaalde regels in acht genomen worden. Degenen die de juiste karaktereigenschappen bezitten, kunnen zich een positie van succes en rijkdom verwerven. Deze succesmythe bestaat uit een stelsel van ideeën die deze overtuiging onderbouwen. Enige daarvan, die vlug met de succesmythe geïdentificeerd kunnen worden, zijn: een krachtig individualisme, gelijkheid van kansen, het ontbreken van klassen.

Het woord mythe kan verwarring wekken. In deze context betekent het een stelsel opvattingen dat de manier bepaalt waarop Amerikanen de wereld zagen en nog steeds zien. De meeste leidende posities in de Amerikaanse samenleving worden bekleed door mensen die begonnen zijn met privileges (sociale en economische), ook tijdens de bloeiperiode van de Droom, eind 19de eeuw. Zij zijn strikt genomen geen vertegenwoordigers van de mythe, maar toch is de invloed van de Droom op de Amerikanen al meer dan een eeuw bijzonder groot. De mythe is geen nauwkeurige beschrijving van de Amerikaanse feitelijke werkelijkheid, maar weerspiegelt hoe volgens velen die werkelijkheid eruit ziet of eruit zou moeten zien. Daarmee wordt zij een drijvende kracht in de menselijke geest en is er sprake van invloed op het leven. Zo wordt een werkelijkheid gevormd die ligt op het vlak van de ideologie, hoewel ik erken dat deze term zeer geladen is.

Toch leefde en leeft de mythe niet in een vacuüm: de slogan 'winner takes all' is terug te vinden in de totstandkoming van veel Amerikaanse fenomenen: de ontsluiting van het westen (waarbij de Indianen de grote 'losers' waren), het bouwen van spoorwegen en bruggen, de industrialisatie; het zijn aspecten van het Amerikaanse leven die de voltooiers ervan succes brachten. En deze aspecten vormen de momenten van waarheid die elk cliché ooit gekend heeft. Veel Amerikanen voelen de verantwoordelijkheid dit cliché in werkelijkheid om te zetten en het vormt een motiverende kracht voor veel handelingen in het dagelijkse leven.

De succesmythe kent een lange geschiedenis. Al in de protestantse ethiek van de 17de en 18de eeuw is zij terug te vinden. Het materiële succes was daarin geen doel op zichzelf, maar ingebed in een opstelling van regels voor het deugdzaam vervullen van een leven in God. Belangrijk voor de succesmythe later, was de overtuiging dat het vergaren van rijkdom een middel was om God te dienen. De

christen droeg door zijn eigen succes bij aan de verwerkelijking van een sociale samenleving (met verantwoordelijkheid voor haar arme medemens).

De brug naar de succesmythe van het einde van de 19de eeuw – de vorm die het meest bekend zou worden – was de secularisering van de protestantse voorstelling van zaken. In de eerste helft van de 19de eeuw namelijk werd het najagen van succes ontdaan van de plicht om God te dienen. Het succes en de rijkdom zou diegene toekomen die het verdiende: de mens die bedrijvig, eerlijk, initiatiefrijk was. 'Self-reliance' werd het sleutelwoord, en hoewel in die tijd het begrip een onderdeel was van een geheel van spirituele en morele verrijking, werd de succesmythe toch vooral op het economische vlak vastgepind.

De overgang naar het einde van de 19de eeuw – een periode van sterke industrialisatie – betekende het verdringen van het ene type held door een andere. De jager, 'trapper' en 'scout', was de op zichzelf vertrouwende figuur. Maar hij meed de stad en was in feite asociaal. Deze houding paste niet meer bij de industriële revolutie en de nieuwe held confronteerde zichzelf wel met de omwenteling. In de eerste helft van de 19de eeuw werd geprobeerd in de succesmythe een balans te creëren tussen rijkdom enerzijds en religieuze en morele waarden anderzijds. Na de Burgeroorlog (1860-1865) werd de nadruk meer en meer gelegd op eigenschappen als ambitie en agressiviteit. De competitie tussen mensen werd steeds nadrukkelijker gezien als de grondslag van het leven. Uit het begin van de eeuw dateert de veronderstelling dat de succesvolle mens bijdraagt aan het algemene belang. Vaak werd deze zogenaamde sociale functie gebruikt om aanvallen op de succesmythe af te slaan.

Het stereotiepe beeld van de Alger-held – genoemd naar de schrijver Horatio Alger – was de straatjongen die op eigen kracht zijn weg naar de top van de maatschappij bevecht. Deze Alger-held vormt de sleutel tot de succesmythe vanaf de tijd van de Burgeroorlog. Het najagen van het grote geld werd een voorwaarde, misschien wel dé voorwaarde, voor het verkrijgen van het geluk. De succesmythe bewierookte de individuele mens. Niet meer alleen omdat hij de overwinning op de statusmaatschappij betekende, waar privileges en aristocratie het heft in handen hadden, maar ook omdat hij de ongekende industrialisatie rechtvaardigde. Open kansen voor iedereen zouden namelijk de democratische inhoud van de Amerikaanse samenleving garanderen. Ook de hervormingsgezinden van die tijd vielen de succesmythe niet aan: zij wilden slechts de corrupte zakenlieden, die de kansen van de gewone mensen verminderden, aanpakken. In deze periode van ongebreidelde expansie leken de mogelijkheden voor het ondernemende individu voor het oprapen.

Rond de eeuwwisseling kon de alledaagse economische praktijk echter steeds minder verenigd worden met de Alger-held, die een individualistische manier van werken voorstond. De structuur van handels- en agrarische economie (begin 19de eeuw) was door de industrialisatie veranderd in een grootschalige en kapitalistische samenleving. Het traditionele individuele ondernemerschap was voorbijgestreefd door de kapitaalkrachtige maatschappijen. Het bereiken van economische onafhankelijkheid, in de traditionele zin van het woord, werd steeds moeilijker. Dit bedreigde direct het aspect van de open kansen van de succesmythe. De basis van de mythe veranderde enigszins. Het

vertrouwen in het individu bleef bestaan, maar nu werd zelf-manipulatie gepropageerd. Het verkopen van je persoonlijkheid werd het middel om de top te bereiken. Tenslotte konden de grote kapitalistische NV's niet meer door de brute individualist bevochten worden. Het sleutelwoord werd nu 'geestkracht' ('mind-power'). De vaardigheid dingen en mensen te beheersen door de creatieve macht van de geest was belangrijk. De mens kon zijn weg naar de top als het ware 'denken'. Zo kon het ideaal van de individuele vrijheid behouden blijven en bleef de succesmythe minimaal een illusie van onafhankelijkheid bieden. De 'mind-power' gedachte benadrukte meer ontspanning, comfort en gemak dan de oude klassieke mythe met haar sobere waarden. Maar beide zijn met elkaar verbonden door de overtuiging dat de mens zijn eigen lot kan bepalen.

Een gevolg hiervan is dat de Amerikaanse Droom geen mislukking toestaat (door een filmcriticus 'the dirty secret of cinema' genoemd). Maar omdat armoede onmogelijk genegeerd kon worden, zeker niet vanaf de industrialisatie, vond een rationalisering ervan plaats. De armoede werd onderdeel gemaakt van de mythe door de armoedige achtergrond van mensen die tot rijkdom opklommen te verheerlijken. Daarmee werd armoede tot een trainingsveld van de toekomstige rijken. Een andere rationalisering was, de arme verwijten dat hij mislukt was. Zijn toestand van niet-rijk zijn was te wijten aan luiheid, verkwisting, met andere woorden aan persoonlijke karaktertrekken en niet aan sociale omstandigheden. Verschillen in capaciteiten dienden dan ook in grote inkomensverschillen uitgedrukt te worden.

Misschien lijkt ik heel ver van de Amerikaanse cinema af te dwalen, maar dat is niet zo. Wat hierboven beschreven is, ligt ten grondslag aan de Amerikaanse film in het algemeen. De 'popular culture' is in Amerika altijd de cultuur van de zakenmens geweest: diens waarden en normen en voorstellingen werden gepropageerd in de door zakenprincipes beheerste massamedia. De filmmakers van Hollywood, of ze nu pro of anti succesmythe waren, waren allen opgegroeid in een maatschappij die haar waarden en normen ontleende aan de Droom (ook de meeste Europese filmmakers die naar Hollywood kwamen zagen Amerika als 'het beloofde land' en pasten zich zeer snel aan). Met het opgroeien in zo'n samenleving werd de Droom geaccepteerd als de sleutel tot het doorgroen van het Amerikaanse leven. En daarbij, in Hollywood waren bliksemcarrière en arbeidsintensieve klimtochten naar de top te allen tijde mogelijk.

Betekent dat nu dat de Amerikaanse cinema de Amerikaanse Droom alleen maar bewierookte? Geenszins. Natuurlijk bestonden er kritische behandelingen van de succesmythe (bijvoorbeeld *CITIZEN KANE* – 'a depiction of the American Dream gone sour, on a scale commensurate with the dimension of the dream itself'), maar vaak werden slechts de uitwassen van de Droom afgewezen, niet de mythe zelf. Zo reageerde Capra op het feit, dat veel machtige mensen de waarden van de Droom niet in de praktijk brachten. De films die de Droom kritisch behandelen zijn gebaseerd op ervaringen, op bittere kennis, dus op het in de praktijk proberen te brengen van de aspiraties van de succesmythe. Aan de Amerikaanse Droom kan de status van gemeenschappelijke noemer toegeschreven worden, waarmee de vele verhaaltypen van de Amerikaanse cinema in één kader onder te brengen zijn.

Daan Hertogs