

JEANINE SCHREURS

Zuinigheid: totem en taboe. Een foucaultiaans perspectief op een omstreden cultuurfenomeen

INLEIDING

Zuinigheid is een controversieel thema in de postmoderne consumptiemaatschappij. In een samenleving waarin het bezit van consumptiegoederen de graadmeter is voor succes en prestige, zijn zuinigheid en spaarzaamheid welhaast deviant gedrag. Regeringsleiders roepen op tot kopen als remedie tegen de economische crisis, maar tegelijkertijd wordt rigoureus gesnoeid in overheidsuitgaven. In duurzaamheidsdebatten zien we een vergelijkbare controverse tussen zuinigheid als oplossing of als obstakel voor duurzame ontwikkeling. De controverse rond zuinigheid vinden we terug in een reeks van tegengestelde culturele betekenissen en waarderingen. Zuinigheid wordt gezien als ouderwets, gedateerd en een obstakel voor het goede leven en economische groei. Tegelijkertijd is er waardering voor energiezuinig gedrag, zuinig met tijd omgaan en financiële voordeeltjes halen bij een aankoop.

Zuinigheid kent kortom gedreven voorstanders en machtige tegenstanders. Zo bezien heeft zuinigheid in de hedendaagse cultuur een dual, dichotoom karakter. Gezien de emotionele en morele lading zijn de begrippen 'totem' en 'taboe' op zijn plaats. Het begrip 'totem' verwijst naar het sacrale element van zuinigheid, dat immers in alle wereldgodsdiensten gehuldigd wordt. Zuinigheid is een universele deugd en heeft bijgevolg een sterk morele component. Die moraal klinkt door in de boodschappen van de matigheids- en milieubewegingen: 'het is verkeerd om

te veel te drinken' en 'we moeten niet de natuurlijke hulpbronnen verkwisten'. Ook in het bedrijfsleven zien we een heilig geloof in zuinigheid. Hier geldt immers het principe: zo optimaal mogelijk met middelen omgaan om zoveel mogelijk winst te maken.

Anderzijds is er het taboe rond zuinigheid. Zuinig met je geld omgaan strekt doorgaans niet tot eer en gedwongen zuinigheid is omgeven met schaamte. Uit het onderzoek *Living with Less, Prospects for Sustainability* bleek de fase waarin mensen er openlijk voor uitkomen dat ze spaarzaam leven (de 'coming out' fase) bijzonder lastig te zijn.¹ Ervoor uit komen dat je het met minder geld moet of wilt doen, is vergelijkbaar met het uit de kast komen van homoseksuelen. Deze attitude verschilt overigens fundamenteel van de mentaliteit in de jaren vijftig van de vorige eeuw, toen van hoog tot laag de spreekwoordelijke Nederlandse zuinigheid in praktijk gebracht werd.

Het uitgangspunt van deze bijdrage is dat zuinigheid nog steeds een kernprincipe van deze maatschappij is, zij het controversieel. We onderzoeken niet alleen de herkomst van deze controverse, maar vooral de functie van deze tweespalt. Hiervoor gaan we terug naar de semantische *roots* van zuinigheid en naar de *roots* van het denken over zuinigheid en matigheid. Het theoretisch kader van deze historisch-filosofische speurtocht en discussie is tweeledig. In de eerste plaats is de antropologische theorie van de *house economy* versus *corporate economy* een belangrijk referentiekader. Volgens Gudeman en Rivera is het doel van de 'huiseconomie' het *voortbestaan* van het huis – een metafoor voor het gezin of de leefgemeenschap.² Het doel van de bedrijfseconomie daarentegen is *winst maken en groei*. Volgens deze antropologen praktiseren beide systemen zuinigheid, maar omdat het oogmerk verschilt, kan dit aanleiding geven tot conflicten. In de tweede plaats is de gedachte van de dichotomie, de controverse rond zuinigheid, ontleend aan Foucault. In tegenstelling tot Freud, meent Foucault dat seksualiteit in de Victoriaanse tijd he-

lemaal niet onderdrukt was, maar dat dat alleen gold voor bepaalde praktijken van seksualiteit voor bepaalde groepen. De aandacht voor seksualiteit was groter dan ooit tevoren. Geïnspireerd door Foucault zullen we uitleggen dat de hedendaagse samenleving wordt gekenmerkt door een parallelle ambivalentie jegens zuinigheid.

In deze bijdrage bespreken we allereerst de verschillende concepten van zuinigheid. Welke betekenissen heeft zuinigheid van origine en valt er een universele omschrijving te geven? Hierna bespreken we hoe het denken over zuinigheid zich in de loop van de tijd heeft ontwikkeld. Met deze schets van de geschiedenis van het denken over zuinigheid in filosofie, religie en economie willen we het ontstaan van het duale karakter van zuinigheid verhelderen. Welke theorieën zijn er en op welk moment in de geschiedenis worden de eerste sporen van de controversie ‘totem’ en ‘taboe’ zichtbaar? We eindigen met een discussie over de sociaal-culturele functie van deze controversie, waarbij we een analogie maken met Foucaults kritiek op het idee van de Victoriaanse preutsheid.

DE SEMANTISCHE ANALYSE

Laten we de morele coderingen eens terzijde schuiven en teruggaan naar de semantische *roots* van zuinigheid. Wat is de originele betekenis van zuinigheid en verwante concepten? Allereerst het Nederlandse woord ‘zuinigheid’. Dit is geworteld in het werkwoord ‘zien’ en betekent dan ook: een goede blik, scherp zien, selectief zijn.³ Zuinigheid wordt soms synoniem gebruikt met vrekkingheid, dat te herleiden is tot het Oudduitse woord *freh*: begerig, hebzuchtig of *frech*: brutaal, hard.

De term ‘frugaliteit’ is in het Nederlands in onbruik geraakt, maar de Engelse variant *frugality* is een gangbare term. Het woord is afkomstig is van het Latijnse woord *frux*, fruit, en ook verwant aan het Latijnse woord *frui*, genieten.⁴ Het Frans en het Duits kennen soortgelijke woor-

den: respectievelijk *frugalité* en *Frugalität*.⁵ De oorspronkelijke betekenis is het ‘blijde’ gebruik van de ‘vruchten’, in tweeërlei zin: de handeling is intrinsiek plezierig en het resultaat kan plezier brengen. Frugaliteit verwijst dus zowel naar een actie als naar het resultaat van deze actie. Zo bezien is zuinigheid een manier van doen waarbij men ‘met een scherpe blik’ omgaat met zaken, op een manier die vruchten voortbrengt en vreugde geeft. Deze betekenissen klinken volop door in de geschriften die er sinds de klassieke oudheid over zuinigheid geschreven zijn. Hierbij valt op dat zuinigheid eerst voornamelijk een filosofisch-ethisch thema was, daarna vooral een religieus vraagstuk werd en tenslotte binnen de economie een plek heeft gekregen.

DE ONTWIKKELING VAN HET DENKEN OVER ZUINIGHEID

Er is te weinig ruimte om alle nuances in deze ideeëngeschiedenis te schetsen. We beperken ons daarom tot de hoofdlijnen en de belangrijkste exponenten van de verschillende tijdperken. Achtereenvolgens bespreken we de belangrijkste klassieke denkers, de religieuze stromingen en de economen sinds de Verlichting.

De klassieke denkers

De westerse geschiedenis van het denken over zuinigheid begint met de schrijver-historicus Xenophon (430-355 voor Chr.) en de filosoof Aristoteles (384-322 voor Chr.).⁶ Zij hebben de basis gelegd voor de epistemische ontwikkeling, dus de ontwikkeling van kennis in de filosofie en de economie.

In de eerste plaats de Griekse schrijver Xenophon, wiens *Oikonomikos* gelezen kan worden als een (politiek) economisch handboek. Het bevat een uitgebreide beschrijving van het reilen en zeilen van de huiseconomie,⁷ inclusief de rol van de vrouw als manager van het huis-

houden.⁸ Voor alle duidelijkheid: Xenophon heeft het niet over het huishouden van de hedendaagse Vinex-woning, maar over de grote agrarische onderneming, tevens leefgemeenschap van de uitgebreide familie, het personeel en de slaven. Gedetailleerd legt Xenophon uit hoe de *oikos* het beste te bestieren en verstandig met have en goed om te gaan. Zuinigheid en zorgvuldigheid zijn de grondprincipes. Soortgelijke ideeën vinden we in de teksten van schrijvers als Cato Maior (234-149 voor Chr.), Columella (4-70), Varro Reatinus (116-27 voor Chr.) en Palladius (vierde/vijfde eeuw na Chr.).⁹ Zo wijst Cato Maior in zijn handboek voor het boerenbedrijf *De Agri Cultura* erop dat het belangrijk is surplus op te bouwen. Hij adviseert om zorgvuldig geld uit te geven. In deze vroege geschriften komen we ook morele uitlatingen tegen. De auteurs laten zich vermanend uit over verkwisting en onverantwoorde luxe en houden pleidooien voor matigheid en liefdadigheid.

De tweede belangrijke denker is de filosoof Aristoteles die grote invloed heeft gehad op de ontwikkeling van de deugdenleer en het religieuze denken. In zijn *Ethica Nichomachea* behandelt hij de elf levensgebieden die unieke basiservaringen van het menselijk bestaan betreffen.¹⁰ Wat is het juiste handelen in elk van deze domeinen? is de kernvraag die Aristoteles stelt. Hoe om te gaan met onze sterfelijkheid, met onze lichamelijke – het genot en de ongemakken –, met het vraagstuk van overdaad, verlangen en plezier? De kunst is het juiste midden te vinden, aldus Aristoteles. Alleen zo krijgen we een deugdzzaam en dus gelukkig leven. Dat kan door een goede houding te ontwikkelen waarin de juiste maat centraal staat. Zuinigheid is dan een hulpmiddel om dit ideaalpunt van *the golden mean* te bewerkstelligen. De ideeën van Aristoteles hebben niet alleen het fundament gelegd voor latere religieuze geschriften, ze klinken nog steeds door in hedendaagse duurzaamheidsfilosofieën zoals de verhandeling van John Barry over de ecologische deugden.¹¹

Zuinigheid in het religieuze denken

Dat Calvijn (1509-1564) doorgaans als eerste genoemd wordt wanneer het gaat om zuinigheid en religie, heeft ongetwijfeld te maken met Webers invloedrijke boek *Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*.¹² Twee belangrijke ontwikkelingen in de katholieke middeleeuwse kerk gingen vooraf aan de opkomst van Calvijn. In de eerste plaats is er de opkomst van diverse monnikenordes, waaronder de minderbroeders (Sint Franciscus, 1181-1226), als reactie op de pronkzucht en wereldlijke macht van de gevestigde kerk (zie de bijdrage van De Geus in deze bundel). De monniken kozen voor een sobere leefstijl, vrijwillige armoede en naastenliefde. Zo probeerden ze de kerk weer te verbinden met het gewone volk. Wanneer de nieuwe paus zich naar Franciscus noemt, refereert hij aan deze traditie.

Vanaf 1200 zorgen de Scholastici voor een revival van de klassieken, waaronder de deugdenleer van Aristoteles. Met name Thomas van Aquino (1224-1277) drukt een krachtig stempel op de ethische leerstellingen van de katholieke kerk, waarbij matigheid en zuinigheid essentieel zijn. Net als Aristoteles zag Thomas van Aquino *temperantia* als een grondhouding die van toepassing is op allerlei gedragingen. Matigheid geldt niet alleen voor het gebruik van drank, voedsel of het beleven van seks, Thomas noemt ook beheerst omgaan met emoties, geld, taalgebruik, enzovoort.

Tot ver in de zeventiende eeuw gelden deze morele codes ook voor het economische verkeer. Scholastici zien het economisch gedrag als een onderdeel van het algemeen menselijk gedrag, dat gereguleerd wordt door de regels van moraal. Zij bepleiten een verstandig rentmeesterschap van rijkdom en hulpbronnen. Het verwerven van privébezit is goed zolang het ondernemerschap stimuleert, dus als middel en niet als doel op zich. '*Riches*', as St Antoine says, '*exist for men, not men for riches*'.¹³ Zaken doen stond in dienst van het grote levensdoel: namelijk redding en verlossing. Om dit te bereiken diende men deugdzaam te leven, onder

meer door matigheid en zuinigheid te betrachten. De kerk zelf liet echter een heel ander beeld zien.

Mede als reactie op deze excessen begint Calvijn de protestantse beweging. Calvijn heeft een ander referentiekader dan de katholieke kloosterlingen van de middeleeuwen. Hij is een stadsmens die vertoeft in de kringen van de nieuwe economische elite in de handelscentra van die tijd. Hij is het meest uitgesproken over matigheid en de nieuwe economie. Zuinigheid is de morele plicht om goed zaken te kunnen doen. Daarbij dient het niet te gaan om persoonlijke verrijking, maar om de welvaart van de naasten en de maatschappij. In zijn visie moeten ondernemers niet uit zijn op rijkdom vergaren, maar op uitdelen en weggeven. Alleen zo kan de mens tot verlossing komen. Met zijn leerstellingen verleent Calvijn het kapitalisme het ethos waarbinnen het zich kon ontwikkelen.¹⁴ In de ontwikkeling van het denken over zuinigheid vormt Calvijn een keerpunt. Voor het eerst worden rijkdom vergaren en winst maken niet als iets verwerpelijks of bedenkelijks gezien, maar juist als morele plicht, als een roeping en opdracht van God. Deze visie rechtvaardigt de opheffing van het verbod op rente, dat een obstakel was voor economische bloei en dat tot dan toe omzeild werd door zaken te doen met joodse bankiers, voor wie dit verbod niet gold. Aldus heeft Calvijn het religieuze denken weten te verbinden met het economische denken. Daarmee heeft hij een scharnierfunctie vervuld omdat hij het vocabulaire van de *house economy* heeft omgezet in de nieuwe taal van de *corporate economy*.¹⁵ De geschiedenis van het denken over zuinigheid en matigheid gaat hiermee een nieuwe fase in.

De Verlichting: zuinigheid als economisch vraagstuk

Vanaf 1700 komen er andere accenten in de discussie over zuinigheid. De morele toon maakt plaats voor een meer rationale en bedrijfsmatige toon. Zuinigheid wordt nu een economisch vraagstuk in plaats van een moreel of een zingevingsvraagstuk. De Verlichtingsfilosofen David Hume

(1711-1776) en zijn tijdgenoten Adam Smith (1723-1790) en James Stuart (1713-1780), *the Scottish Enlightenment* genoemd, waren vurige verdedigers van zuinigheid. Alleen door zuinig te zijn, kan men sparen. Zo krijg je kapitaal dat nodig is om te herinvesteren en productief te kunnen zijn.¹⁶ In zijn invloedrijke boek *Wealth of Nations* verwoordt de econoom Adam Smith deze gedachte als volgt: *Every prodigal appears to be a public enemy, and every frugal man a public benefactor* (Elke rijke is een publieke vijand, elke zuinige man is een publieke weldoener).¹⁷

Tot dan toe liggen de belangen van privépersonen, huishouden en ondernemingen nog op één lijn. Zuinigheid als levenshouding en zuinigheid als bedrijfsprincipe liggen in elkaars verlengde en dienen hetzelfde doel, namelijk het voortbestaan en bloei en welvaart voor allen. Maar een splitsing begint zich af te tekenen. Als eerste stipt Adam Smith aan wat tot op de dag van vandaag een centraal en heikel punt is: *Savings private can be a boundary for economic growth*. Voor het eerst in de geschiedenis wordt de waarde van zuinigheid in de huiseconomie *im Frage* gesteld en komen de belangen van de *house economy* en de *corporate economy* uit elkaar te liggen. Sterker nog: voor het eerst wordt sparen – zuinig met geld – in de *house economy* gekwalificeerd als een mogelijke blokkade voor economische groei. Het achterliggende idee bij Adam Smith en andere economen is dat iedereen er baat bij heeft als de economie zoveel mogelijk kan groeien. Maar er klinken ook andere geluiden.

Zuinigheid in de moderne economie

De discussie die gevoerd wordt over zuinigheid en economische groei gaat feitelijk over het kernvraagstuk van zuinigheid, namelijk over de kwestie hoe om te gaan met grenzen en beperkingen. Bij het opkomend kapitalisme in die periode zijn dit de begrensde mogelijkheden van de groei, bijvoorbeeld door beperkte vraag, bevolkingsontwikkelingen, gelimiteerde hulpbronnen en grondstoffen. Deze

vraagstukken, waarop Aristoteles reflecteerde in termen van matiging en het gulden midden, worden nu aan de orde gesteld binnen de nieuwe context van de markteconomie.

Een exponent is Thomas Malthus (1766-1834), bekend vanwege zijn bevolkingstheorie en de wet van de afnemende meeropbrengst. Reflecterend op de economische depressie als gevolg van de Napoleontische oorlogen ontwikkelt hij de *doctrine of proportions*. Volgens hem is de belangrijkste uitdaging van de politieke economie om de juiste balans te vinden tussen de onderling samenhangende delen. De belangrijkste kwestie is dus niet hoe de grootste economische groei en de meeste rijkdom te krijgen, maar hoe de juiste balans te realiseren. Daarmee brengt Malthus de leerstelling van Aristoteles over het gouden midden terug in de discussie, zij het nu in economische termen verwoord.¹⁸ In zijn *Theory of Gluts* oppert hij bijvoorbeeld het idee dat een sterke verhoging van consumptie niet wenselijk is omdat hierdoor de prijzen dalen, met als gevolg een afname van de algemene welvaart in een natie.

Ook de liberaal John Stuart Mill (1806-1873) bepleit een beperkte groei. In zijn *Principles of Political Economy* beargumenteert hij dat alleen een stationaire, duurzame economie de menselijke conditie kan verbeteren. Los van de opvattingen van de economen over de vraag welk gedrag beter is voor de economie: wel of niet zuinig zijn, hield men ook in Mills tijd – de negentiende eeuw – nog van hoog tot laag vast aan het eeuwenoude principe van zuinigheid met vlijt. Zuinigheid en sparen waren gemeengoed. Op het platteland, maar ook in de steden hield men vast aan de traditie om geld te sparen als appeltje voor de dorst. Die praktijk is tot ver in de twintigste eeuw blijven voortbestaan, totdat Keynes (1883-1946) de kwestie van zuinigheid weer oppakte. Hij stelt onomwonden dat zuinigheid en spaarzaamheid de economische groei tegenhouden. Mensen moeten hun natuurlijke impuls overwinnen en meer gaan uitgeven. Rente moet de benodigde prikkel geven om geld niet op te potten maar naar de bank

te brengen. Verder bepleit hij dat mensen aangespoord worden om meer te consumeren. De heersende opvatting is nu: elke zuinigerd is een vijand van het algemeen belang en de verkwister is een publieke weldoener.

In deze periode ontwikkelt zich binnen de economie een nieuwe, toegepaste richting: de marketing, die het instrumentarium ontwikkelt om de consument tot kopen aan te zetten. Bij de ontwikkeling van het consumptieve denken heeft marketing onmiskenbaar een cruciale rol gespeeld.¹⁹ Opvallend is dat het koopgedrag vooral wordt gestimuleerd door in te spelen op de zuinigheid van de consument met reclameslogans als ‘drie voor de prijs van twee’, ‘waar voor je geld’, ‘bespaar door nu te kopen’. Het vocabulaire van de *house economy* klinkt ook door in de reclameboodschappen van grote winkelketens: ‘Minstens zo goed, stukken goedkoper’ (AH-huismerken), ‘Lekker Gezond, Lekker Voordelig’ (COOP), ‘Steeds verrassend, altijd voordelig’ (Kruidvat). Zou het discours van de *corporate economy* gebruikt worden, dan zou de boodschap zijn: ‘Geef hier je geld aan uit, want dit gaat snel kapot’, ‘Koop nu, morgen is het uit de mode’ of ‘Neem deze tv nu gratis mee, over een jaar betaal je het dubbele’. Deze reclameleuzen werken niet, omdat ook voor de postmoderne consument de dynamiek van *house economy* nog steeds even relevant is als ruim tweeduizend jaar geleden in de tijd van Xenophon.²⁰

LESSEN UIT DEZE GESCHIEDENIS

Welke conclusies kunnen we trekken uit deze ideeëngeschiedenis? In de eerste plaats constateren we dat het denken over zuinigheid een sterk pragmatisch karakter heeft: het is ingebed in de discussie over ‘hoe te leven’ en ‘hoe te handelen’. Hier ligt volgens mij het universele thema van het discours over zuinigheid: namelijk zo goed mogelijk gebruik maken van *resources* – in de brede betekenis van het woord – zodat er profijt is. Verder valt op dat er ten tijde

van ingrijpende veranderingen in de samenleving en economie telkens discussie ontstaat over zuinigheid, waarin de heersende visie onder druk komt. Achtereenvolgens wordt zuinigheid als filosofisch thema geformuleerd, als morele kwestie, als religieus vraagstuk en tenslotte als economisch thema, al naar gelang de verschuivingen in dominante kennisproducerende instituties. Het is niet zo dat de oudere visies op zuinigheid verdwenen zijn, maar ze zijn minder belangrijk en hebben dus minder impact.

De ideeëngeschiedenis op zich geeft echter nog geen antwoord op de vraag: hoe komt het dat er in deze tijd zo'n spanning is rond het begrip zuinigheid? Vanwaar die allergie en de controverses 'totem' en 'taboe'? We zagen dat er in het verleden wel regelmatig discussies waren over de verkwisting van de rijken, de decadentie van vorsten en kerkvaders. Maar nooit eerder is de zuinigheid van burgers zo omstreden geweest als in deze postmoderne consumptiemaatschappij. Overigens geldt dit laatste met name voor de Verenigde Staten en West-Europa. In Japan, de derde grote postmoderne consumptiemaatschappij, is het *Mottainai* – een oproep tot zuinigheid (letterlijk: 'verspil niet') nog steeds dagelijkse praktijk en een van de hoofdlezers in de ecologische campagne in Kyoto.

Ik meen dat de controverse rond zuinigheid vergelijkbaar is met de filosofische analyse die Foucault maakt over de onderdrukking van seksualiteit in de Victoriaanse tijd. In zijn *History of Sexuality* trekt hij de repressiehypothese van Freud in twijfel.²¹ Die hypothese houdt in dat met de opkomst van het kapitalisme een beteugeling plaatsvond van de vrije beleving van seksualiteit. Seks kwam in de taboesfeer terecht, werd gekoppeld aan reproductie en werd iets functioneels. Freud bevestigt hiermee het heersende idee dat in de Victoriaanse tijd seksualiteit niet belangrijk gevonden werd en gemarginaliseerd was. Foucault bestrijdt deze opvatting radicaal. Hij stelt dat seksualiteit juist enorm veel aandacht heeft gekregen, want nooit eerder in de geschiedenis is er zoveel over geschreven, ge-

praat, getekend en onderzocht als in de Victoriaanse tijd. Tot dan toe was seks iets wat mensen gewoon ‘deden’, een normaal bestanddeel van het menselijk leven. Vanaf de Victoriaanse tijd werd seks ook ‘oraal’, dat wil zeggen voor het eerst in de geschiedenis is het discours over seks enorm belangrijk, misschien belangrijker dan de praktijk zelf, meent Foucault.

Als we de redenering van Foucault toepassen op de veranderingen in de culturele betekenis van zuinigheid sinds de jaren vijftig, ontstaan er interessante parallellen. Tot die tijd was zuinigheid een alledaagse praktijk die in Nederlandse huishoudens van hoog tot laag gebezigd werd. Mensen gingen zuinig met hun spullen om, er werd gespaard en niets verspild. Net als in de Victoriaanse tijd komt ook nu de ommekeer op een cruciaal moment in de economische geschiedenis. Ging het in het eerste geval om het opkomend kapitalisme, de jaren vijftig van de vorige eeuw zijn het startpunt van massaproductie en massaconsumptie. Net zoals in de Victoriaanse tijd de opvatting over seksualiteit verandert van iets ‘gewoons’ in iets ‘abnormaals’, zo verdwijnt vanaf de jaren vijftig de vanzelfsprekendheid van zuinig gedrag. Zuinigheid wordt geproblematiseerd en gaandeweg verbonden met negatieve betekenissen als ouderwets, boers, achterlijk en vrekkelig. Zo raakt de dominante opvatting van zuinigheid in diskrediet en gemarginaliseerd.

Ook nu voeden de kennisproducerende instituties het discours. Media tonen permanent het goede leven van de *rich and famous*. Tijdschriften bestaan dankzij de inkomsten van adverteerders voor allerhande nieuwe producten en maken hier binnen en buiten de advertentiepagina's volop reclame voor. Andere kennisproducenten versterken de nieuwe visie. Met verfijnde verkoopstrategieën stimuleert marketing onzuinig gedrag. Via media, winkelketens en de filmindustrie worden nieuwe trends gecreëerd en ontstaat het fenomeen ‘ouderwets’. In het onderwijs worden praktische kennisvakken als huishoudkunde, nuttige handwer-

ken, koken, handvaardigheid en techniek geschrapt. Banken informeren cliënten over leningen en de politiek wijst mensen op hun burgerplicht om de economie te steunen en vooral geld uit te geven.

Doorredenerend in de lijn van Foucault kunnen we zeggen dat repressie altijd samengaat met over-aandacht. Terwijl de bevolking ervan doordrongen wordt dat vrije seks verkeerd is, en vooral haar seks aan banden gelegd wordt, is er anderzijds een overmaat aan aandacht voor seksualiteit in wetenschap, geneeskunde, op artistiek gebied, in pornografie en zelfs in de architectuur en kleding: bedoeld om iedere gedachte aan seks uit te bannen, maar daarmee juist overaccentuerend, aldus Foucault. De parallel is te zien in de huidige hyperfixatie op zuinigheid in de economie en het bedrijfsleven. Ik meen dat nooit eerder in de geschiedenis zoveel geschreven, gestudeerd en onderzocht is hoe men middelen zo optimaal mogelijk kan aanwenden om zoveel mogelijk winst te maken. De economische wetenschappen en bedrijfskunde zijn belangrijke kenniscentra bij universiteiten. De invloed op politiek en media is groot. Het rationele efficiency discours is de dominante redenering geworden in het postmoderne denken.

Dat brengt ons bij de laatste vraag van deze bijdrage: wat is de functie van de onderdrukking van zuinigheid in de huiseconomie ten gunste van de *corporate economy*? Foucault zou op deze vraag antwoorden dat het om machtsuitoefening en controle van de burgers gaat. Net zoals in de Victoriaanse tijd onderdrukking van seks een middel was om de arbeidsklasse te dressereren tot gewillige arbeiders, zo is het discrediteren van zuinigheid het middel om burgers te dressereren tot loonslaven in de kapitalistische markteconomie. Doordat niet-zuinig zijn tot norm is gemaakt, raken mensen gevangen in de *iron cage of consumerism*. Deze opvatting wordt gedeeld door sociologen als Juliet Schor die het concept *work and spend cyclus* introduceerde (1998), de politiek filosoof Marius de Geus en vele andere criticasters van de consumptiemaatschappij.²²

Zij menen dat de mentaliteitsverandering is gecreëerd ten behoeve van het economisch systeem. Het taboe op zuinigheid in de huiseconomie is noodzakelijk voor de groei van de *corporate economy*, die het monopolie op zuinigheid heeft gekregen.

TENSLOTTE

Deze bijdrage laat zien dat de praktijk van zuinigheid zich ontwikkeld heeft uit 'goed huishouden', zoals oorspronkelijk verwoord door de klassieke filosofen. Zuinigheid werd het belangrijkste kenmerk van de huiseconomie en visies hierover zijn eeuwenlang doorgegeven in religieuze en filosofische geschriften. Het keerpunt breekt aan als er met de kapitalistische markteconomie een economisch domein ontstaat met een eigen dynamiek. Op dat moment komt een nieuw concept in het discours, namelijk zuinigheid als middel om te besparen en winst te maken. Terwijl het belangrijkste doel van zuinigheid in de huiseconomie het voortbestaan van de groep of gemeenschap en kwaliteit van leven is, is het belangrijkste doel van zuinigheid in de *corporate economy* het maken van winst en het stimuleren van groei.

Hier ligt de bron van het duale karakter van zuinigheid, van de controversale 'totem' en 'taboe'. Zolang de belangen van de huiseconomie (of het moderne huishouden) congruent zijn met of versterkt worden door de *corporate economy*, worden zuinige praktijken niet ter discussie gesteld.²³ Maar als de zuinigheid van de consument een belemmering wordt voor economische groei, zoals toen door de massaproductie massaconsumptie bevorderd moest worden in de jaren vijftig van de vorige eeuw,²⁴ zien we dat bedrijven hun marketing-inspanningen gaan vergroten en er andere stimuli komen – zoals gunstige kredieten en afbetalingsregelingen – om de zuinigheid van de burger te doorbreken. Interessant hierbij is dat het vocabulaire dat gebruikt wordt, nog steeds de taal van de huiseconomie is.

NOTEN

- 1 Jeanine Schreurs, *Living with Less, Prospects for Sustainability*. Academisch proefschrift, Maastricht 2010.
- 2 S. Gudeman, A. Rivera, *Conversations in Colombia. The domestic economy in life and text*. Cambridge: Cambridge University Press 1990.
- 3 *Etymologisch Woordenboek*, 1997.
Zie ook: <http://www.etymologie.nl/>.
- 4 Oxford Engels Woordenboek Online, 2008.
- 5 R.F.H. Janssen, *Armoede of soberheid. De verarming van mens en milieu als nieuwe sociale kwestie*. Academisch proefschrift, Leiden 1990.
- 6 Gudeman, Rivera, *Conversations in Colombia*. Xenophon, 'Oikonomikos' [English translation]'. Zie http://stuff.mit.edu/afs/athena/course/21/21h.401/www/local/xenophon_oikonomikos.html [geraadpleegd op 15 september 2009]. Aristoteles, *Ethica Nicomachea* (vertalers: B. Poortman & C. Hupperts). Budel: Damon 2005, pp. 203-218. J.A. Schumpeter, *History of Economic Analysis*. Londen: Allen & Unwin 1955, p. 54. Martha Nussbaum, *Nicht-relative Tugenden. Ein aristotelischer Ansatz. Gerechtigkeit oder Das gute Leben*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1999, pp. 229-239. Marius de Geus, *The end of overconsumption. Towards of lifestyle of moderation and self-restraint*. Utrecht: International Books 2003.
- 7 Schumpeter, *History of Economic Analysis*. Gudeman, Rivera, *Conversations in Colombia*, p. 169.
- 8 A. Glazebrook, 'Cosmetics and Sôphrosunê: Ischomachos' Wife in Xenophon's Oikonomikos', *Classical World* 102 (2009), pp. 231-46.
- 9 Schumpeter, *History of Economic Analysis*. Gudeman, Rivera, *Conversations in Colombia*.
- 10 De Geus, *The end of overconsumption*. Aristoteles, *Ethica Nicomachea*.
- 11 John Barry, *Rethinking green politics. Nature, virtue and progress*. Belfast: Sage Publications Ltd. 1999.

- 12 Max Weber, *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, Los Angeles: Roxbury 2002.
- 13 R.H. Tawney, *Religion and the rise of capitalism. A historical study*. Harmondsworth: Penguin Books 1998.
- 14 Ibidem, p. 106.
- 15 Gudeman, Rivera, *Conversations in Colombia*.
- 16 Ibidem.
- 17 Adam Smith, *The Wealth of Nations*. New York: Random House 1937.
- 18 T.R. Malthus, *Principles of Political Economy*. New York: Augustus M. Kelley 1951.
- 19 V. Packard, *The Waste Makers*, New York: Van Rees 1960.
J.B. Schor, *The overspent American. Upscaling, downshifting, and the new consumer culture*. New York: Scribner 1998.
L. Cohen, *A Consumer's republic. The politics of mass consumption in postwar America*. New York: Random House 2004.
- 20 Gudeman, Rivera, *Conversations in Colombia*. D. Miller, *Consumption as the vanguard of history. A polemic by way of an introduction. Acknowledging consumption. A review of new studies*. Londen: Routledge 1995b, pp. 1-58.
- 21 Michel Foucault, *The History of sexuality*, Vol. 1. Londen: Penguin Books 1990.
- 22 Janssen, *Armoede of soberheid*. Miller, *Consumption as the vanguard of history*. De Geus, *The end of overconsumption*. Miller, *Consumption as the vanguard of history*. A. Etzioni, 'Voluntary simplicity. Characterization, select psychological implications, and societal consequences', *Journal of Economic Psychology* 19(1998), pp. 619-643. Jean Baudrillard, *The consumer society. Myths and structure*. Oaks: Sage Thousand: 1998. Dirk Geldof, *We consumeren ons kapot*. Antwerpen: Houtekiet 2007. Zygmunt Bauman, *Consuming life*. Cambridge: Polity Press 2007.
- 23 Miller, *Consumption as the vanguard of history*.
- 24 L. Cohen, *A Consumer's republic. The politics of mass consumption in postwar America*. New York: Random House 2004.