

Is geluk te koop?

Het was in de maanden vóór de coronacrisis, toen er nog veel gereisd werd en de treinen vol zaten. Ik moest in Utrecht zijn en liep vanaf het station door Hoog Catharijne. Plotseling werd mijn blik gevangen door een mooie vrouw, niet in het winkelende publiek, maar op een opvallende poster. Daarop was een jonge vrouw afgebeeld, gekleed in een lang wit gewaad, in een verstilde houding, de handen devoot gevouwen: vingers tegen elkaar, schuin omhoog. Ze leek op een novice, een zuster in haar eerste kloosterjaar. Maar dat klopte niet, want ze had geen sluier om, maar mooie lange zwarte haren. En ook de zilveren armbanden en halsketting wezen toch een meer wereldse richting uit.



'Goed gevoel'

Ik stond voor een Rituals-winkel. Niet alleen de jonge vrouw, maar ook de tekst daarbij vond ik opvallend. Daarop stond: "Our philosophy: het is niet ons doel om schoonheid te verkopen, maar om jou een goed gevoel te geven." Ik was wel eens eerder in zo'n winkel geweest, met mijn vrouw, meestal om voor iemand een cadeautje te kopen: badolie, dagcrème, zeep met een speciaal geurtje of een parfum. Voor mij was het niet meer dan een wat duurdere drogist, met – vreemd genoeg – veel Engelse termen en een merkwaardige naam: 'Rituals'.

Ik had mij al eerder afgevraagd wat Rituals met 'rituelen' te maken heeft, totdat ik op hun website las dat Rituals sinds 2000 bestaat en erop gericht is "om onze dagelijkse routines met een beetje speciale aandacht te veranderen in speciale momenten". Rituelen zijn handelingen die volgens een vast patroon verlopen. Zo kennen we het ochtendritueel: scheren, tanden poetsen, wassen, afdrogen, aankleden, haren kammen, thee zetten, eten, enz. Elke ochtend hetzelfde patroon, dezelfde routine. Kinderen kennen een vast avondritueel als ze in bed gelegd zijn. En o wee als je dat patroon doorbreekt of er iets van afwijkt; dan komt het kind als het ware in opstand en wil de juiste orde hersteld hebben.

Rituals wil van onze dagelijkse ochtend- en avondrituelen voor wat betreft wassen, tanden poetsen, haar- en huidverzorging speciale momenten maken. En daarvoor verkopen ze een keur aan crèmes, zepen, body lotions, parfums, make-up enzovoort. Ook al is het doel niet om schoonheid te verkopen, zoals hun 'philosophy' beweert, hun winkels en websites zijn erop gericht om te verkopen, liefst zoveel mogelijk en beslist niet goedkoop.

Zingeving

Hoe krijg je mensen zover om deze artikelen te kopen? Door die te verbinden met het doel “om jou een goed gevoel te geven”. En waaruit bestaat dat ‘goede gevoel’? Het *Rituals magazine* staat vol artikelen over rust, stilte, balans, leven in harmonie, vrede, inspiratie, geluk, ontspanning, karma, aandacht, zelfvertrouwen, *wellness*, duurzaamheid, natuur, liefde... Kortom, door Rituals te kopen wordt het leven aangenaamer en word je gelukkiger en een beter mens, zo wordt gesuggereerd.

Dit alles doet mij in hoge mate denken aan religie en zingeving. De Bijbel en kerkelijke gebeden staan vol met termen als rust, stilte, harmonie, vrede, inspiratie, geluk, liefde, vriendschap, dankbaarheid en wijsheid. De Bijbel kent zelfs een heel boek met als titel *Wijsheid*. Bij Rituals moet je daar echter flink voor betalen; in een winkel ben je al gauw 40 euro kwijt. In een kerk zijn al deze dingen veel goedkoper; als je op zondagochtend 2 euro in de collecteschaal legt, is dat voor een katholiek al veel – protestanten zijn wat ruimhartiger. En toch lopen kerken leeg en doet Rituals goede zaken. Merkwaardig, want of hun verzorgingsproducten je gelukkiger maken, is nog maar de vraag. Een combinatie van goede marketing, Engelse termen en een duur product lijkt desalniettemin te overtuigen.

Op zoek naar heil

Wat Rituals wel duidelijk maakt, is dat er een groot verlangen is naar heilheid, herstel van gebrokenheid, innerlijke rust, verdieping, kortom naar wat we in kerkelijke kringen omschrijven met ‘heil’. Er is veel onheil, veel gebrokenheid, onvolkomenheid, zowel in onze relatie met de natuur, onze medemens en onszelf. En in onze relatie met God. Van de kerkvader Augustinus (354-430) is de bekende uitspraak: ‘Onrustig is ons hart tot het rust vindt in U’. De mens is onrustig, voortdurend op zoek, soms niet wetend waarnaar. Rituals suggereert dat de mens door hún producten te kopen, tot rust komt, tot innerlijke vrede. Augustinus wijst echter op een andere, fundamenteelere bron van rust: God. Rituals belooft een gelukkig leven in het hier en nu. Voor een gelovige is de zinvraag daarmee niet af. Verre van dat! Want het antwoord op de eerste vraag van de vroegere catechismus – ‘Waartoe zijn wij op aarde?’ – luidde: ‘Om God te dienen en daardoor hier en in het hiernamaals gelukkig te zijn.’ Het ‘geluk’ van Rituals beperkt zich tot ‘hier’, het geluk dat ons geloof ons voorhoudt, gaat veel verder: het reikt tot in het hiernamaals: de eeuwige heerlijkheid bij God. Daar kan geen luxe drogisterij aan tippen!

Theo Schepens,
vicevoorzitter landelijk bestuur Adelbert Vereniging