

2. Voedselbeelden: metaforen rond gezondheid en genieten

Cor van der Weele

2.1 Inleiding: genieten en gezondheid

De succesformule van de markt, zo merkt Joep Dohmen op in een artikel over levenskunst, is van een verbluffende eenvoud: consumeren is genieten. Het is niet moeilijk voorbeelden te vinden waarop deze succesformule is losgelaten. Magnum-ijs is er één. 'De kernwaarde van Magnum is intens genieten,' zo vertelt de ontwerper van de campagne voor de zeven-zonden-ijsjes. 'Magnum is groot en dik en er zit heel veel chocola omheen.'

De belofte van genot is in de voedselmarkt alomtegenwoordig. 'Geniet met volle teugen' is de slogan van Spa, levensmiddelengigant Nestlé prijst een chocoladebiscuit aan onder de leus dat we 'recht hebben op genot' en de reclame voor het bier Het Elfde Gebod laat ons weten dat dit gebod genot voorschrijft. De wijdverbreide aandacht voor genieten sluit onmiddellijk aan bij de aandacht voor emoties in de moderne marketing. De eerste regel van 'Emotional branding' luidt dat een product eerst en vooral een positief verlangen moet oproepen bij consumenten. Zoals in paragraaf 1.2 al is aangestipt, is het van belang een relatie op te bouwen met consumenten. Die relatie is in hoge mate emotioneel van aard en emoties van consumenten moeten dan ook zeer serieus worden genomen.

Bij het koppelen van producten aan verlangens spelen beelden een grote rol. Unilever verkoopt Bertolli-olijfolie via beelden van het goede leven ('la dolce vita') in Toscane. Ook veel andere producten zijn niet zomaar producten; ze worden ingebed in beelden over het goede leven, het ultieme zondige genot, de puurheid van de natuur of het vakmanschap waarmee het product is gemaakt is. Kortom, (sfeer)beelden hebben een belangrijke functie bij de 'mobilisatie' van emoties. Commerciële marketing is ondenkbaar zonder emotiemobiliserende beelden.

In dit hoofdstuk gaat het om de plaats van emotiegeladen beelden in voorlichting over voedsel. Ondanks alle huiver die hierover bestaat geldt ook voor de voorlichting dat ze emotiegeladen beelden kan, mag, zelfs moet gebruiken, zo luidt het betoog, omdat het niet mogelijk is voedselvoorlichting te geven zonder zulke beelden. Het gaat hier om beelden van een specifieke soort, namelijk talige beelden: beeldspraak of metaforen.¹

¹ Met betrekking tot de twee casussen van Magnum-ijs en vlees van gevaccineerde dieren zal in dit hoofdstuk met regelmaat verwezen worden naar de eerste casus en zullen verwijzingen naar vlees van gevaccineerde dieren ontbreken. Dit heeft te maken met de gekozen werkwijze bij het verzamelen van materiaal: er is gezocht, onder meer via internet, naar beelden die in omloop zijn rond de casussen. Rond ijs leverde dat veel en rond vlees van gevaccineerde dieren geen materiaal op. Het gevonden materiaal bevatte vervolgens aanknopingspunten voor verdere uitwerking, in het bijzonder de relatie tussen gezondheid en genieten. Een nadere analyse van vlees van gevaccineerd vee zou bij voldoende beschikbaar materiaal zich ook kunnen richten op metaforen rond het omgaan met dieren in de veehouderij, waarbij onder meer de metafoor van het dier als productiemachine ('verdinglijking') prominent is. Een lijn in dit hoofdstuk is dat het thema genieten via de noodzaak van een herwaardering van het lichaam en nieuwe vormen van materialisme voert in de richting

Het 'hoe' van beelden in de voedselvoorlichting komt aan de orde aan de hand van de spanning tussen twee belangrijke trends in de voedselconsumptie: genieten en gezondheid. In het vorige hoofdstuk is al verwezen naar trends in voedingsland. Genieten en gezondheid zijn daarbinnen te zien als elkaars tegentrend. De spanning tussen deze trends houdt verband met een aantal tegenstellingen die eveneens in het voorgaande hoofdstuk zijn geïntroduceerd: woord versus beeld, ratio versus emotie, geest versus lichaam. De nadruk in dit hoofdstuk ligt op het verkennen van twee als tegenstelling beleefde onderscheidingen: tussen woord en beeld en tussen lichaam en geest. Terwijl deze begrippenparen nuttig zijn voor het maken van onderscheid, zijn ze als tegenstelling problematisch, zoals we zullen zien. Het samengaan van woord en beeld via metaforen vormt om te beginnen de ingang om te betogen dat zowel beelden als emoties onvermijdelijk zijn in iedere vorm van denken en communiceren, dus ook over voedsel. Woord en beeld staan elkaar veel nader dan traditionele opvattingen doen geloven (paragraaf 2.2). Dit leidt vervolgens naar een kritische bespreking van de tegenstelling tussen lichaam en geest. De relatie tussen lichaam en geest is nog steeds in veel opzichten raadselachtig, maar de filosofische traditie om beide geheel gescheiden te zien is inmiddels in strijd geraakt met een overweldigende hoeveelheid inzichten en al dan niet wetenschappelijke bevindingen. Zowel lichaam als geest hebben enorm te lijden onder eenzijdigheden die het gevolg zijn van deze kloof en dus veel te winnen bij de overbrugging ervan. Hier wordt vandaag de dag op veel manieren hard aan gewerkt. De geest wordt daarbij lichamelijker, het lichaam geestelijker. Voor het lichaam impliceert dat een statusverhoging, die op zijn beurt impliceert dat het interessanter wordt erover na te denken (paragrafen 2.3 t/m 2.5).

De implicaties van deze statusverhoging voor de (beelden over de) relatie tussen gezondheid en genieten vormen de rode draad van dit hoofdstuk. Gezondheid en genieten betreffen beide het domein van zowel lichaam als geest. Als we in het kader van voedsel lichaam en geest op elkaar willen betrekken, zullen we daarin zowel recht moeten doen aan gezondheid als aan plezier. Benaderingen die zich eenzijdig richten op genieten dan wel op gezondheid, met verwaarlozing van de andere pool, zijn meer oorzaak dan oplossing van onze problemen met voeding (paragrafen 2.6 en 2.7).

Het combineren van de behoefte aan genieten en de behoefte aan gezondheid verschijnt zo als een opdracht voor overheidsbeleid rond voedsel, inclusief de voorlichting. In de afsluitende paragraaf 2.8 komen dan ook overdenkingen en aanbevelingen rond de verbeelding van deze combinatie aan de orde. Hoe kan voedselvoorlichting bewust, effectief en 'eerlijk' werken met beelden rond gezondheid en genieten? Het onderwerpen van het genietende lichaam aan de discipline van de geest is een streng beeld, dat zich baseert op oude tegenstellingen. Genieten als kunst is een beeld dat beter aansluit bij hedendaagse opvattingen over lichaam en geest, zoals we zullen zien.

van morele vragen rond de manier waarop voedsel wordt geproduceerd. Ook de verzakelijkte omgang met dieren leidt tot zulke ethische vragen over wat er goed en slecht is aan het voedselproductiesysteem.

2.2 De onvermijdelijkheid van beelden

De constatering dat reclame via verleidelijke beelden bewust inspeelt op emoties gaat vaak impliciet of expliciet vergezeld van de suggestie dat daar iets mis mee is en dat een eerlijke voorlichting over voedselproducten zich van zulke praktijken niet kan en mag bedienen. Maar al zijn reclamebeelden soms misleidend en eenzijdig, de aanname dat eerlijke voorlichting zich verre moet houden van beelden en/of emoties is als zodanig problematisch. Als de inzichten van de laatste decennia rond metaforen kloppen is het namelijk onmogelijk je daar verre van te houden - en hetzelfde geldt voor beelden en emoties.

In 1980 publiceerden George Lakoff en Mark Johnson hun *Metaphors we live by*. Dit boek is het boegbeeld geworden van een veranderde analyse van metaforen, die daarvoor vooral als taalversierselen werden gezien - onontbeerlijk voor dichters en retorici, maar voor cognitieve doeleinden oninteressant, want altijd te vervangen door preciezer letterlijk taalgebruik. Metaforen zijn wél cognitief interessant, zo betoogden Lakoff en Johnson. Ze kleuren niet alleen de taal, maar ook ons denken en handelen. Als wij dialoog bijvoorbeeld beschrijven in termen van oorlog, zoals wij in veel uitdrukkingen doen (je hebt de discussie verloren, dat argument trof doel, enzovoort), dan betekent dat iets voor de manier waarop we over dialoog denken en met dialogen omgaan. Als wij een dialoog zouden zien als een dans, dan zou dat zeker gevolgen hebben voor onze gedachten én praktijken rond dialogen.

Metaforen zijn begrippen uit domein A die worden gebruikt om in domein B iets te verhelderen: oorlogstermen voor het denken over discussies, Frankenstein voor het denken over genetisch gemodificeerd voedsel, zien voor het denken over denken (ik zie het voor me, ik vind dat geen helder idee, enzovoort). Een van hun belangrijke cognitieve functies is het onbekende vertrouwd te maken door het in termen van iets bekends te beschrijven. Ze werpen een heel specifiek licht op de kwestie waar het over gaat; zo suggereert de Frankensteinmetafoor in het domein van genetische modificatie gevaar. Wie op de positieve beloftes van genetische modificatie wil wijzen zal niet snel voor dit beeld kiezen.

Nieuwe metaforen, zoals Frankenstein, worden bewust geïntroduceerd, maar de nadruk in het betoog van Lakoff en Johnson lag op alledaagse metaforen waar we ons juist niet van bewust zijn en die ons beeld van de werkelijkheid ondertussen wel bepalen. Hun ideeën over de aard en oorsprong van metaforen zijn niet geheel onomstreden, maar de grote rol van metaforen in taal en denken zijn dat ondertussen wel. Zelfs als het over wetenschap gaat komen steeds meer auteurs tot de conclusie dat metaforen niet alleen retorisch maar ook heuristisch en cognitief belangrijk en onvervangbaar zijn (zie bijvoorbeeld Bradie, 1999). Metaforen zijn alom aanwezig in het wetenschappelijk en filosofisch denken, variërend van het mechanistische beeld van de wereld als klok tot het idee van het genoom als een blauwdruk voor ontwikkeling.

De onontkoombaarheid van metaforen betreft ook het denken over voedsel. Dit blijkt onder meer uit de voorlichtingsactiviteiten van het Voedingscentrum, een organisatie die eerst en vooral eerlijk wil communiceren over voedsel en die zich verre lijkt te willen houden van zowel beelden als emotie. Wie naar de website van het Voedingscentrum gaat krijgt bij de intro de belofte van eerlijke, objectieve, betrouwbare en onafhankelijke informatie over gezondheid. Wie daar meer over wil weten klikt bijvoorbeeld de 'spelregels' van gezond eten aan. De tien geboden die in beeld verschijnen en aangeven 'waar het bij een

gezonde voeding om gaat', zijn: Eet gevarieerd, Let op vet, Eet ruimschoots brood en aardappelen, Eet volop groente en fruit, Houd het lichaamsgewicht op peil, Wees zuinig met zout, Drink dagelijks tenminste anderhalve liter vocht, Eet niet de hele dag door, Ga hygiënisch en veilig met voedsel om, Lees wat er op de verpakking staat.

Zijn beelden en emoties in deze regels - waar weinig 'spel' aan te pas komt en die eerder zijn te typeren als gedragsregels - werkelijk afwezig? Bij de meeste van deze regels gaat het direct en expliciet over kwantiteit: meer dit, minder dat, volop zus, niet te veel zo. In de andere gevallen gaat het daar indirect ook over: de hygiëneregels is er bijvoorbeeld op gericht het binnenkrijgen van ziekteverwekkende bacteriën te beperken. Het achterliggende beeld is dat van het lichaam als een machine die voedingsstoffen nodig heeft om het goed te doen, zoals een auto brandstof nodig heeft. Omdat ons lichaam ingewikkelder is dan een auto heeft het aan één stof niet genoeg, zoals de toelichting bij 'Eet gevarieerd' ook stelt: 'Er is niet één voedingsmiddel dat alle voedingsstoffen in voldoende mate bevat. Wie gevarieerd eet, krijgt alle stoffen die hij of zij nodig heeft. Bovendien wordt het risico op eventueel aanwezige ongezonde stoffen gespreid.'

Ook al probeert het Voedingscentrum misschien beelden te weren, ze zijn impliciet dus toch aanwezig; 'voedsel is brandstof' is het impliciete beeld achter de voorlichting van het Voedingscentrum, met als implicatie een nadruk op het toedienen aan ons lichaam van de goede stoffen in de goede hoeveelheden en verhoudingen. Het Voedingscentrum appelleert daarmee ook aan emoties: aan het verlangen naar een gezond, slank en goed functionerend lichaam en aan emoties rond de zorg en verantwoordelijkheid die daarvoor nodig zijn. Ook worden daardoor bij sommige mensen waarschijnlijk onbedoelde emoties opgeroepen, zoals gevoelens van weerzin en onmacht. De eerlijkheid en objectiviteit die het Voedingscentrum nastreeft leidt, kortom, niet tot de afwezigheid van beelden in de boodschappen en emoties bij de onvangst ervan, alleen tot de afwezigheid van aandacht daarvoor.

Dat dit centrum voor voedselvoorlichting zich primair op gezondheid richt is niet verrassend. Maar hoe staat het met genot? Dat begrip dringt zich op de pagina's van het Voedingscentrum niet bepaald op. Wat ook weer niet wil zeggen dat het helemaal ontbreekt. Zo krijgen we de volgende tip over lekker en gezond eten: 'Een goed dagmenu bestaat uit drie hoofdmaaltijden en drie à vier keer iets tussendoor. Sla bij het voorkomen van overgewicht geen ontbijt, lunch of warme maaltijd over, maar bezuinig op de ongezonde tussendoortjes. En vergeet niet te genieten van het eten!' Deze opdracht om het genieten niet te vergeten, geeft op een of andere manier toch het gevoel dat genieten hier een ondergeschikte positie heeft; het staat in dienst van gezondheid.

Het impliciete beeld in de voorlichting van het Voedingscentrum is een (op zich willekeurige) illustratie van de alomtegenwoordigheid van metaforen. Ook en juist als we ons van hun aanwezigheid niet bewust zijn kleuren zij onze manieren van spreken, denken, en waarnemen. Het streven ons er geheel van te ontdoen of te distantiëren is erger dan moeilijk: het is tot mislukken gedoemd. Maar de vraag is, hoe erg dat is. Beelden zijn in recente analyses sterk opgewaardeerd in cognitief opzicht: ze zijn onmisbare en bijzonder behulpzame hulpmiddelen in het denken. De ontdekking van een metafoor betekent dus niet dat een manier van denken ontmaskerd is als waardeloos of dat eerlijke voorlichting daarmee niet mogelijk is. Het betekent wel dat we zowel de sterke kanten als de beperkingen van die manier van denken op een nieuwe manier 'in beeld' kunnen krijgen, om vervolgens ook

op nieuwe manieren te kunnen nadenken over mogelijke alternatieven. Als metaforen ons denken impliciet sturen is het de moeite waard ons bewust te worden van die sturing en dus op zoek te gaan naar explicitering van de beelden in ons denken en spreken, zodat we er op een meer doelgerichte manier gebruik van kunnen maken.

Metaforen overbruggen de kloof tussen woord en beeld (het woord beeld-spraak maakt dat duidelijk): de conceptuele analyse ervan maakt beelden cognitief belangrijker en maakt omgekeerd duidelijk dat woorden aan beelden zijn gekoppeld. Ze overbruggen volgens Lakoff en Johnson ook andere kloven, bijvoorbeeld tussen subjectivisme en objectivisme. In hun latere boek *Philosophy in the flesh* (1999) zien deze auteurs metaforen bovendien als overbruggers van de nog fundamentele en traditionele kloof tussen lichaam en geest. De volgende paragraaf geeft een korte schets van deze traditionele tegenstelling, met speciale aandacht voor de implicaties voor het denken over lichamelijk genot. De overbrugging van deze kloof, zo zullen we vervolgens zien, maakt nieuwe manieren van denken mogelijk over de relatie tussen genieten en gezondheid.

2.3 Filosofisch denken over lichamelijk genot

Zoals het voorbeeld van het Voedingscentrum laat zien hebben voedselmetaforen nauwe relaties met beelden van het lichaam. Voedsel als brandstof hoort bij een lichaam dat een machine is. Het temmen of bedwingen van de (eet)lust hoort bij het lichaam als een wild en gevaarlijk beest. Zulke beelden van het lichaam zijn niet toevallig, maar vormen de uitdrukking van manieren van denken.

Aan de bron van het denken moet men kiezen voor het lichaam, schrijft Michel Onfray in *De kunst van het genieten* (1993: 34). Precies dát heeft het westerse denken binnen een lange filosofische en religieuze traditie niet of nauwelijks gedaan. Zoals in het inleidende hoofdstuk al werd aangestipt tekent een hele serie van dichotomieën, die gepaard gaan met hiërarchieën, de geschiedenis van het westerse denken: de geest is hoger dan de materie, het denken hoger dan het voelen. Het kwaad wordt daarbij vaak vereenzelvigd met de aardse begeerte en goedheid met onaardse immateriële zuiverheid. Het is de zuiverheid van de rede die bijvoorbeeld voor Kant de bron is van ethiek, niet emoties of menselijke neigingen. Minachting, verwaarlozing, angst en afschuw zijn prominentere houdingen tegenover het lichaam dan ontzag, aandacht, respect of plezier. Een van de simpele maar duidelijke uitingen van deze hiërarchie van lichaam en geest is ook te vinden in John Stuart Mill's onderscheid tussen hogere (mentale) en lagere (lichamelijke) genietingen. Elizabeth Telfer wijst in haar bespreking van dit onderscheid op Mill's vooroordelen. We weten welke de hogere genietingen zijn, zegt Mill, omdat competente oordelaars - dat zijn zij die beide soorten genietingen kennen - altijd de voorkeur geven aan de mentale vreugden. Echter, wie dat niet doet heeft volgens Mill zijn vermogen tot oordelen verloren (Telfer, 1996: 30). Volgens Telfer vindt Mill de lichamelijke genietingen (eten, drinken, seks) in feite inferieur omdat we ze delen met dieren en omdat ze geen aanspraak zouden doen op onze 'hogere vermogens'.

Zoals zo vaak staat Plato aan de oorsprong van de traditie van het denken over deze zaken. Volgens Plato is de ultieme realiteit, het domein van de vormen of essenties, niet materieel. In samenhang daarmee is de ware persoon een niet-lichamelijk, rationeel, on-

sterfelijk wezen, dat in essentie onafhankelijk is van het lichaam. Het zit er alleen maar tijdelijk in gevangen, wachtend op bevrijding. Plato's metafoor voor het lichaam is een gevangenis. De ziel zit daarin vast, aan handen en voeten geboeid door de begeerten van het lichaam en zich machteloos rondwentelend in onwetendheid tot het moment dat de filosofie de macht overneemt en de ziel bevrijdt. Om dat te bevorderen moet de ziel zoveel mogelijk afzien van plezier, verlangens en verdriet, zo stelt Plato in de *Phaedo* (Plato, 1961: 66). Er bestaan wel vormen van zuiver genot, voorbehouden aan de wijze mens, waarbij niet de opheffing van pijn of een gebrek aan de orde zijn. Maar het is niet gemakkelijk in te zien wat Plato precies bedoelt met zuiver genot, constateert Gerd van Riel (2001) in een artikel over genot bij Plato en Aristoteles. De meeste vormen van genot, waaronder die van eten en drinken, zijn in ieder geval vals en illusoir.

Bij Aristoteles blijkt het gemakkelijker dan bij Plato een positieve visie op genot te vinden. Genieten is voor Aristoteles niet (alleen) een beweging naar de opheffing van een gebrek, maar veronderstelt meer, namelijk de aanwezigheid van waardevolle vermogens die het genieten mogelijk maken. Het idee dat er een gebrek wordt opgeheven geldt wel voor de lichamelijke vormen van genot, maar lichamenlijk genot is niet het meest waardevolle genot en dus is een dergelijke analyse volgens Aristoteles niet kenmerkend voor alle genot (Van Riel, 2001: 507-508). Hoewel Aristoteles een minder negatieve kijk heeft op de menselijke natuur en op genieten dan Plato, blijft lichamenlijk genot dus laag in de hiërarchie. Als Thomas van Aquino bij het formuleren van de christelijke opvattingen over genot voortbouwt op Aristoteles kan hij dan ook aansluiten bij de opvatting dat het lichamenlijk genot een gevaarlijk hellend vlak is, waarbij zelfbeheersing en onderwerping aan het verstand de enige hoop op redding vormen.

Het grootste deel van het christelijke en filosofische denken heeft voortgebouwd op deze fundamenteën. Plato en het Christendom hebben een traditie van minachting en angst voor het lichaam in gang gezet, waarin het lichaam wordt voorgesteld met beelden zoals een gevangenis en/of een gevaarlijk wild beest. Maar deze minachting en angst keren zich tegen ons. De loskoppeling van rationeel denken enerzijds en lichamenlijkheid anderzijds heeft zowel kwalijke gevolgen voor het lichaam als voor het denken. De volgende paragrafen gaan kort in op enkele van die gevolgen en schetsen ook in welke richting remedies worden gezocht.

2.4 Angst en aandacht voor het lichaam

Voorzover voedsel en het lichaam oninteressant zijn denken we er niet over na. Voorzover ze eng zijn, denken we er op een krampachtige angstige manier over na. In beide gevallen ontwikkelen we geen goede manier om met (de problemen van) het lichaam om te gaan. We zijn het slachtoffer van het denken in tegenstellingen tussen het lichaam/gevoel/verlangen enerzijds en het verstand anderzijds. Of, met betrekking tot voedsel: tussen een door het verstand geleid gezond lichaam en een onverstandig, emotioneel, genietend en gevaarlijk lichaam. Verstandigheid lijkt binnen deze denkwijze zo vijandig aan het lichaam dat zonde bijna onontkoombaar is. En als we toch verloren zijn, wat maakt het dan nog uit... Zo bezien is een verband te leggen tussen de minachting voor het lichaam en een verschijnsel als obesitas - een problematiek die tegenwoordig als epi-

demisch te boek staat en aan het uitlopen is op een drama van ongekende proporties. Misschien zal het uiteindelijk ook dit drama zijn dat het definitieve einde van de minachting voor het lichaam noodzakelijk maakt.

De filosofische traditie kent, ondanks de dominante trend, wel aanzetten tot een grotere waardering voor het lichaam. Deze aanzetten zijn bij voorbeeld te vinden bij Montaigne, Feuerbach en Nietzsche, die allen kritiek hebben op de verwaarlozing en onderdrukking van de behoeften en genoegens van het lichaam. Onfray, een hedendaagse auteur die de noodzaak van het 're-materialiseren' van het leven benadrukt, citeert bijvoorbeeld Feuerbach:

'De verloochening van de zintuigen is de bron van alle dwaasheden, alle boosaardigheden en ziekten in het menselijk leven. De erkenning van de zintuigen ligt aan de basis van de fysieke, morele en theoretische gezondheid. De onthechting, de resignatie, de 'zelfverloochening' en de abstractie maken de mens neerslachtig, nors, vies, geil, lafhartig, gierig, afgunstig, achterbaks, kwaadaardig; het zintuiglijk genot daarentegen maakt opgewekt, moedig, edel, open, mededeelzaam, meelevend, vrij, goed.' (Onfray, 1993: 179)¹

Kritische beschouwing van lichaam-geestdichotomieën maakt onder meer snel duidelijk dat onderscheidingen tussen mentale en lichamelijke genietingen, als die van Mill, van twijfelachtig allooi zijn: er zijn wel gradaties te maken, maar alle menselijk genot is mentaal, alle genot is eveneens lichamenlijk. In een niet-dualistische filosofie die het genot verwelkomt zijn andere zorgen prominenter. Met name ethische zorgen rond het dreigend egoïsme van een hedonistische levenswijze en rond de dreigende ondermijning van de gezondheid en van het genot als het uitloopt in zwelgen. Het gevaar van ontarding in egoïsme deelt hedonisme met het streven naar levenskunst. Paragraaf 2.7 zal terugkomen op de huidige zoektocht naar moreel verantwoorde vormen van hedonisme en materialisme.

2.5 Een lichamenlijk perspectief op denken via metaforen

Terwijl het lichaam in de steek gelaten werd door het denken, dacht het denken zichzelf immateriële, pure en zeer abstracte kwaliteiten toe. De illustraties variëren van de pure vormen van Plato tot de zuivere rede van Kant en Descartes' dualiteit van lichaam en geest. Ze zijn bekend en inmiddels berucht genoeg. Niet alleen het lichaam maar ook de geest lijdt onder deze scheiding.

In de beweging naar een aardser en lichamenlijker perspectief op denken speelt de herwaardering van beelden en metaforen een belangrijke rol. Lakoff en Johnson hebben het denken en schrijven over metaforen na hun eerst boek voortgezet. Hun meest recente boek draagt de veelzeggende titel *Philosophy in the flesh*. The embodied mind and its challenge to Western thought. De drie hoofdstellingen (bewustzijn ('the mind') is lichamenlijk;

¹ Onfray tekent aan dat deze opsomming weliswaar van een te behaaglijk optimisme getuigt, maar hij waardeert de intuïties: het sensualisme, het materialisme, de aandacht voor biologie en sociologie, het hedonisme.

denken is een grotendeels onbewust proces en abstracte concepten zijn grotendeels metaforisch) van dit boek stemmen overeen met steeds meer bevindingen in de psychologie en neurowetenschap. Dat onze cognitieve processen grotendeels onbewust verlopen is bijvoorbeeld ook de boodschap van *Strangers to ourselves* (2002), waarin sociaal-psycholoog Wilson evidentie presenteert voor de stelling dat mensen in veel gevallen nauwelijks weten waarom ze doen wat ze doen.

Wat betreft de lichamelijke oorsprong van metaforen beroepen Lakoff en Johnson zich op recente ontwikkelingen in de cognitiewetenschappen. Metaforen ontstaan volgens hen in een aantal stappen vanuit de zintuiglijke en motorische ervaring.¹ Als we heel jong zijn leren we door te zien, te bewegen en te voelen. Er is dan nog geen onderscheid tussen bijvoorbeeld weten en zien. Gaandeweg ontstaat dit onderscheid wel. Weten wordt dan algemener en abstracter dan zien. Op dat moment wordt 'zien' een metafoor voor weten ('ik zie wat je bedoelt'). Zo ontstaat vanzelf en onvermijdelijk een hele verzameling primaire metaforen. Andere voorbeelden daarvan zijn: affectie is warmte, belangrijk is groot, gelukkig is hoog, intimiteit is dichtbij, slecht is stinkend, moeilijkheden zijn lasten, tijd is beweging, begrijpen is pakken, goed is gezond. Dit zijn dus allemaal beelden die hun basis hebben in de zintuiglijke beleving van jonge kinderen. Complexe metaforen ontstaan vervolgens door uitbreiding en vertakking van primaire metaforen, waardoor ook culturele verschillen ontstaan. De meeste concepten worden begrepen via een aantal verschillende metaforen, zodat er een pluralistische en niet noodzakelijk consistente verzameling betekenissen van concepten ontstaat. De metafoor 'liefde is een reis' organiseert bijvoorbeeld veel van het denken over liefde, maar liefde wordt ook gezien als een kracht, of als een ziekte.

Wat voor liefde geldt, geldt voor alle abstracte concepten: ze zijn volgens Lakoff en Johnson ten dele metaforisch. Hun betekenis wordt gevormd door een letterlijk 'skelet', niet rijk genoeg om er veel mee te kunnen zeggen, omgeven door vaak een hele verzameling metaforen. Dit is van toepassing op zowel alledaagse als op wetenschappelijke en filosofische concepten als tijd, oorzakelijkheid, het bewustzijn, het zelf, moraal, denken. De meeste metaforen rond moraal bijvoorbeeld zijn gegrond in fysiek welbevinden en in onze sociale interacties. Een belangrijk beeld voor welbevinden is rijkdom, met een bijbehorende metafoor van moreel 'boekhouden'. Metaforen voor het goede zijn onder meer kracht, gezondheid, autoriteit, zuiverheid, empathie, zorg of schoonheid.² Ook het denken over denken, bewustzijn en aandacht verloopt via metaforen. De volgende metaforen zijn alle afkomstig uit zowel het alledaagse als het filosofische denken over denken: denken is bewegen (stilstaan bij, afdwalen, een spoor volgen); denken is waarnemen (het beeld stilzetten, met nieuwe ogen naar iets kijken, een helder idee, door de bomen het bos niet

¹ De lichamelijke oorsprong van metaforen zoals Lakoff en Johnson die bepleiten is niet onomstreden. Niet zozeer omdat een dergelijk pleidooi onjuist zou zijn, maar eerder vanwege de onvolledigheid van deze analyse. Zo wordt er bijvoorbeeld op gewezen dat metaforen vaak bewust worden geïntroduceerd, met retorische, ideologische en/of theoretische bedoelingen en dat zulke metaforen vaak niet direct een zintuiglijke oorsprong hebben maar eerder een culturele (zie Zinken et al., 2003). Denk bij dit laatste bijvoorbeeld weer aan de Frankensteinmetafoor, die zijn basis vindt in een roman van Mary Shelley, niet in onze zintuiglijke indrukken als kinderen.

² Niet alle uitspraken die een verband leggen tussen gezondheid en het goede zijn metaforisch. De uitspraak dat gezondheid goed is, is op zichzelf bijvoorbeeld niet metaforisch. Het metaforische ontstaat als gezondheid wordt uitgewerkt tot een hele manier van denken over moraal, en we bijvoorbeeld praten over een gezonde samenleving, zieke taal, enzovoort.

zien), horen (vanzelfspreken, gehoor vinden, stem geven); denken is knutselen (spelen met een gedachte, een gedachte omkeren, een ongrijpbaar idee, een kluwen ontwarren) en denken is eten (op een gedachte kauwen, het denken voeden, een onverteerbaar idee).

Een herwaardering van de relaties tussen lichaam en geest heeft dus zowel consequenties voor het lichaam als voor de geest: het lichaam wordt geestelijker, de geest lichamelijker. Metaforen vormen bij uitstek een brug: door hun senso-motorische oorsprong laten ze zien dat denken een lichamelijke basis heeft is. Over zo ongeveer alles, inclusief het denken en het lichaam zelf, blijken we te denken met behulp van metaforen.

Het ontwerpen van een filosofie die het materiële niet langer ziet als oninteressant of griezelig kan een nieuw soort materialisme opleveren: diep in plaats van plat. Aandacht en ontzag voor het menselijk lichaam, inclusief eten, drinken en seks, leidt tot het zoeken naar andere manieren om met de gevaren van begeerte, verlangen en genot om te gaan dan ze te willen doden, kooien of ontkennen. Om die manieren te vinden zijn nieuwe beelden nodig.

2.6 Spanning tussen gezondheid en genieten

Een filosofie die het lichaam minacht of griezelig vindt kan geen goede plaats vinden voor lichamelijk genot. De spanning tussen (verstandige) gezondheid en (gevaarlijk) genieten is rond voedsel soms openlijk aanwezig, terwijl hij op andere plaatsen indirect blijkt uit de manier waarop het ene begrip domineert terwijl het andere vrijwel afwezig is, zoals in de voorlichting van het Voedingscentrum. Expliciet is de spanning in de slogan 'Geniet, maar drink met mate.' Hoe anders zou deze slogan zijn als er 'dus' stond in plaats van 'maar'? Nog verdachter is genieten op de school-tv website van Teleac, waar genot wordt omschreven als 'niets anders dan scheikunde en electrotechniek in de hersenen' en rechtstreeks en uitsluitend wordt gekoppeld aan verslaving.

Deze spanning resulteert in strijd en een verdeling van domeinen: de voedselvoorlichting richt zich op gezondheid, de industrie op genieten. Deze verdeling komt duidelijk naar voren in *Food politics* (2002), waarin Marion Nestlé de strijd beschrijft tussen de op gezondheid gerichte voedingsvoorlichting en de op winst gerichte voedingsindustrie die het verlangen naar genot exploiteert. De voedingsindustrie richt haar reclame-inspanningen voor bijna 70% op het topje van de voedselpiramide waarin zich koekjes, chips en chocola bevinden. Met deze producten zijn mensen te verleiden en winsten te behalen. Slechts 2,2% van het reclamebudget wordt besteed aan groenten, fruit, bonen en granen (Nestlé 2002: 22). De industrie legitimeert deze handelwijze door iedere controverse over de details van gezond voedsel op te blazen (daarmee verwarring zaaiend over wat gezond en ongezond is), er voortdurend op te hameren dat er niet zoiets bestaat als goede en slechte voedingsmiddelen en te benadrukken dat alle voedsel onderdeel kan uitmaken van een gezond dieet. De voedselvoorlichters daarentegen brengen de wel degelijk consistente, maar tegelijkertijd weinig opwindende boodschap, dat het echt gezonder is veel granen, groenten en fruit te eten dan veel chips en chocola.

De scheiding tussen gezondheid en genot kan voor voedingsvoorlichters een groot en onvrijwillig probleem vormen, zo blijkt uit een van Nestlé's anekdotes. In 1995 stelde de toenmalige bevoegde commissie in de VS voor uit de Alcohol Richtlijnen de uitspraak te schrappen dat drinken geen gezondheidswinst opleverde en dat het niet werd aangera-

den. Die uitspraak was onnodig streng, zo vond de commissie. Twee glazen wijn voor mannen en een voor vrouwen hoefde niet afgeraden te worden. Men voegde eraan toe: 'Alcoholic beverages have been used to enhance the enjoyment of meals by many societies throughout human history.' (Ibid.: 87). Onmiddellijk werd de commissie ervan beschuldigd onder invloed te staan van de wijnlobby. Het resultaat van een heleboel commotie was dat het genieten uit de richtlijn verdween. Wat 'overbleef' was een aanbeveling in termen van gezondheidsrisico's:

'Drinking in moderation may lower the risk for coronary heart disease, mainly among men over age 45 and women over age 55.' (Ibid.: 90).

Voorlichting trok zich hier dus niet vrijwillig maar noodgedwongen terug op het gezondheidsdomein: genieten was verdacht en te veel geassocieerd met de manipulatieve invloed van de voedselindustrie. De anekdote laat zien hoe een verdeling van taken in stand wordt gehouden tussen aan de ene kant de voedselvoorlichting, die zich richt op gezondheid en zich bedient van brandstofmetafoor en risicoterminologie, en aan de andere kant de voedselindustrie, die het domein van het genieten in de praktijk min of meer heeft geannexeerd. Na paragraaf 1.1 herkennen we deze tweedeling van voedingsvoorlichting, die 'strengere' regels en geboden probeert voor te schrijven, terwijl de voedingsindustrie de behoefte aan zonde, die onverbreekelijk met regels en geboden verbonden is, exploiteert. De problematische status van genieten creëert als vanzelf een groot verlangen naar zondigheid waaraan door de industrie geappelleerd kan worden. In veel reclame wordt genieten gekoppeld aan verwennen, ontspannen, het er even van nemen, even niet hoeven. Het is het tegendeel van verplichting en moeten, een reactie op plicht, stress en verantwoord bezig zijn. Als en voorzover gezond eten wordt geassocieerd met moeten en plicht, is genieten dus geassocieerd met ongezond eten en dus ook met zonde. Magnum-'zeven zonden'-ijsjes zijn hier een expliciet voorbeeld.

Maar het verband tussen ijs en zonde is veel ouder dan Magnum, zo laat Margaret Vissers bespreking van ijs in *Much depends on dinner* (1986) zien. Visser neemt de elementen van een gewone Amerikaanse maaltijd als uitgangspunt voor bredere beschouwingen over eten, met als algemene boodschap dat er veel meer aandacht nodig is voor onze alledaagse eetgewoonten en hun achtergronden. Het toetje van Vissers standaardmaaltijd bestaat uit ijs. IJs, schrijft ze, is een belangrijk symbool voor verlangens, bevredigingen en contradicties in de moderne samenleving (Visser, 1986: 287). Bij al zijn kinderlijke onschuld wordt ijs veel vaker door volwassenen gegeten dan door kinderen en meer door mannen dan door vrouwen. De verlangens en genietingen van ijs zijn complex. Enerzijds is daar de zoete onschuld, anderzijds heeft ijs een weelderig, sexy en zondig imago. Visser wijst op de bekentenisachtige taal rond ijs, waarin verslaafden hun zondige wellust opbiechten en die aan Foucaults geschriften over seks doen denken.¹ Tegelijkertijd houdt ijs zijn onschuld. Het mag dan een drug zijn, het is een onschuldige en veilige drug, tegenhanger van angst. Kortom, de associatie met zondig genieten, die in de 'zeven zon-

¹ Visser noteert: 'I am an unregenerate ice cream fetishist', 'This decadent delight, my drug of choice', 'When it comes to ice cream, my taste buds know no shame', 'It is outrageously heavy and rich, sinfully delightful', 'I stood in line for my multi-caloric fix.' Overigens is een analyse zoals Visser die maakt voor ijs op vergelijkbare wijze te maken voor bijvoorbeeld chocolade.

den'-campagne is uitgewerkt, is volgens deze analyse een gevoelige snaar die inherent deel uitmaakt van de symbolische betekeniswereld van ijs. Bijzonder aan de campagne is dat de gelijkstelling van zonde en genot zo expliciet is gemaakt.

2.7 Op zoek naar een nieuwe kunst van genieten

Een bevredigende combinatie tussen gezondheid en genieten is voor veel mensen niet gemakkelijk en de 'taakverdeling' tussen een op verstandige gezondheid gerichte overheid en een aan zondig genot appellerende industrie maakt het niet gemakkelijker. Maar de huidige tendens tot het overbruggen van de kloof tussen lichaam en geest en een bijbehorende herwaardering van het lichaam brengt met zich mee dat de traditionele zorg over hogere en lagere vormen van genieten steeds meer wordt aangevochten. Dit maakt nieuwe benaderingen mogelijk, die zich niet beperken tot het 'moeten' van gezondheid en het 'mogen' van genieten, maar beide omvatten. De gevaren van gulzigheid en verslaving worden in die nieuwe benaderingen niet tegemoet getreden met oproepen tot het negeren van het lichaam of het onderwerpen van het lichaam aan het verstand, maar met oproepen tot leren en de ontwikkeling van de kunst tot genieten en leven.

Hoe zien huidige combinaties van genieten en gezondheid er zoal uit? Hieronder een weinig gestructureerde greep uit het hedendaagse aanbod.

Gezondheid en genieten als zoekwoorden intypen bij Google voert onder meer naar de website van de Geheelonthoudersbond, die het op dit vlak gemakkelijk heeft. De bond van geheelonthouders adviseert te genieten van ongegist vruchtensappen: heerlijk en goed voor de gezondheid. Maar de traditionele koppeling tussen hoog immaterieel genot en laag materieel genot is wel bijzonder prominent en expliciet in de teksten van deze website, die dan ook geen vernieuwende benadering laat zien.

De website www.femistyle.be (een Belgische gezondheidssite) propageert de kunst van het genieten. Hier wordt wel naar nieuwe vormen van materialisme gezocht: 'Gezondheid is: goed leven, leren genieten, op zoek gaan naar kleine momenten van geluk, blij zijn met jezelf, je koesteren in de warmte van je gezin en je vrienden, bewust en lekker eten.' Hier wordt gewerkt aan een meer geïntegreerde benadering van genieten, waarin genieten niet alleen een hogere waardering krijgt, maar ook complexer is. Het wordt niet gekoppeld aan consumeren maar aan 'consuminderen' en onthaasten, zonder puriteins te zijn. Wees vriendelijk voor jezelf, dat lijkt de boodschap. Die is sympathiek maar lijkt ook een beetje gemakkelijk: van verleidingen en verslavingen horen we op deze website niet. Moeilijke keuzes lijken niet te bestaan, evenmin als plichten of politieke verantwoordelijkheid van consumenten.

Het inzicht dat genieten goed is voor de gezondheid wint medisch gezien gestaag terrein. In zijn boek *Alcohol, nuchter bekeken* bepleit psychofysioloog Jan Snel (2002) bijvoorbeeld dat alcohol niet alleen maar in een negatief daglicht moet worden geplaatst. Snel verzet zich tegen de verdachtmaking van genot, alsof het automatisch naar de afgrond zou voeren. Matig alcoholgebruik bevordert juist de gezondheid: het geeft plezier en de gezondheidswinst van plezier bestaat onder meer uit een beter functionerend afweersysteem. De kunst is dan ook goede vormen van drinken te leren. Genieten van alcohol, net als levenskunst, is iets dat geleerd en ontwikkeld moet worden, zo stelt hij.

Ook de industrie speelt in op de behoefte aan het combineren van genieten en gezondheid. Een in paragraaf 2.1 al genoemd voorbeeld is de reclame van Unilever voor Bertolli-olijfolie via het beeld van het goede mediterrane leven. Genieten, liefde voor het land, de waarde van traditie en simpele dingen, het hoge gezondheidsgehalte van het mediterrane dieet in het algemeen en olijfolie in het bijzonder krijgen veel nadruk. Unilever suggereert daarbij dat haar olijfolie op traditionele wijze wordt geproduceerd, maar juist op dit punt bestaat kritiek op Unilever omdat op de ambachtelijkheid van de productie van Bertolli-olijfolie wel valt af te dingen (Mesters, 2003). Met het oog op een ethische verantwoording van productiewijzen komt de campagne van Unilever dan ook vrijblijvend, om niet te zeggen misleidend, over.

BOMI-1-koeken (staat voor: BODy en MInd zijn één) zijn een commercieel biologisch product in België waarvan de website wel expliciet ingaat op verleiding, gevaar en productiewijzen. Het product wordt geplaatst in de categorie 'mood foods' en biedt uitgebreide voorlichting, inclusief wetenschappelijke literatuurlijst, over de relatie tussen voeding en stemming. De BOMI-koeken worden aangeprezen onder het motto: 'Koeken met een visie op gelukkig zijn.'

De Slow food-beweging is expliciet cultuurkritisch en moreel gemotiveerd. De oprichter van deze beweging, Carlo Petrini, zegt dat het de Slow food-beweging gaat om 'het universele recht op genot' (Mesters, 2004). Petrini richt zich tegen de culturele traditie waarin genot en zonde aan elkaar zijn gekoppeld: genot is geen zonde, het is juist heilzaam voor de mens. Genieten is ook in zijn ogen een kunst die matiging vraagt en niet met zwelgen moet worden geassocieerd. Bovendien brengt genot plichten met zich mee: een genietter heeft de plicht zich te interesseren voor herkomst en productiewijzen van eten: 'Een gourmand heeft de plicht ook milieu-activist te zijn.' Het succes van de beweging demonstreert ook de kracht van beelden. Petrini beschrijft de grote sprong voorwaarts die de vondst van de Slow food-metafoor betekende voor de beweging (die zich eerder tooide met namen als 'gulzige democraten' en 'nieuwe hedonisten'). Het beeld van onthaasten - met een slak als symbool - spreekt mensen aan op een behoefte die verder gaat dan voedsel. Inmiddels zijn er bijvoorbeeld ook 'slow cities'. Slow food wordt daarmee een bredere culturele beweging, die zich inzet voor een onthaaste, aandachtige, genietende en politiek bewuste manier van leven.

Na het loslaten van de dichotomie van lichaam en geest lijkt een integratie van genieten en gezondheid binnen handbereik, althans in theorie en principe, zo laten bovenstaande voorbeelden zien. De integratie verloopt via meer respect voor én plezier in het lichaam. Wat de Slow food-beweging daaraan toevoegt, in aansluiting bij de filosofische en sociale zoektochten naar verantwoorde vormen van levenskunst en hedonisme, is een morele dimensie. Het interessante van deze morele benadering is dat moeten en mogen, plicht en plezier, er een gelijkwaardige plaats in lijken te hebben. Gezondheid wordt dan minder streng, maar genieten ook minder vrijblijvend. Het gaat er in serieuze vormen van hedendaags hedonisme om vormen van genot te ontwikkelen die moreel en politiek te rechtvaardigen zijn en die vorm kunnen geven aan een duurzame vorm van het goede leven. Dat beelden hier weer een belangrijke rol spelen laat de Slow food-beweging het meest expliciet zien.

Michiel Korthals (2002) zoekt in zijn boek over voedselethiek eveneens naar een moreel verantwoord hedonisme, bij voorbeeld wanneer hij de 'zonde' van de gulzigheid be-

spreekt. De schuld van narigheid als buikpijn en hoofdpijn na te veel eten moet in zijn ogen niet helemaal bij individuen worden gelegd; zij zijn minstens ten dele het slachtoffer van gebrek aan respect voor het lichaam en het aanbod van grote hoeveelheden veel te goedkoop junkvoedsel. Maar een herijking van de zonde van de gulzigheid houdt wel in dat consumenten zich het aanbod van verkeerd voedsel niet zomaar moeten laten welgevalen: ze hebben de morele taak zich medeverantwoordelijk te voelen voor productiewijzen en ze moeten bereid zijn te betalen voor voedsel dat met respect is geproduceerd. De ontwikkeling van een hedendaagse kunst van het genieten zou dus niet alleen moeten zoeken naar aansluiting bij gezondheid, maar ook naar het vinden van antwoorden op morele vragen rond de productie van voedsel.

2.8 Recepten voor voedselvoorlichting: geniet, dus eet met mate

Hoe kan nu voedselvoorlichting bewust, effectief en eerlijk werken met beelden rond gezondheid en genieten? Laten we vaststellen dat niet alleen de voorlichting eenzijdig is in haar nadruk op verstandige gezondheid en haar huiver voor de kracht van emotiegeladen beelden. Een beschouwing van de eenzijdigheden van reclame, bijvoorbeeld reclame die kinderen verleidt tot junkfood-gewoonten, is een minstens zo belangrijk onderwerp voor kritische beschouwing. Gezien het veelgeconstateerde feit dat voorlichting vooral de hogere klassen bereikt, terwijl er toch al grote klasseverschillen zijn in gezonde levensverwachting, lijkt een meer effectieve invulling van voedselvoorlichting niet eens de meest urgente taak. Maar wellicht kan de voedselvoorlichting door een minder eenzijdige aanpak wel bredere groepen bereiken.

Van belang is dan om te beginnen een bewust gebruik van beelden. Zodra duidelijk is dat beelden niet slecht zijn maar onvermijdelijk, is ook duidelijk dat ze niet noodzakelijk moeten worden geassocieerd met verwerpelijke manipulatie. Het zoeken naar rijke beelden waarmee eerlijke informatie effectief kan worden overgebracht, wordt dan een belangrijke opgave. De brandstofmetafoor geeft een relatief betekenisarm beeld van voedsel. Er zijn andere beelden te bedenken, die niet alleen de gezondheidsaspecten maar ook het genieten een volwaardige plaats geven en daarmee aansluiten bij een breder scala aan verlangens rond voedsel. Gezien de dominante consumententrends is het aannemelijk dat veel mensen op zoek zijn naar die bredere combinatie.

Oneerlijk hoeven bredere en aansprekender beelden niet te zijn. Integendeel, het verband tussen plezier en gezondheid is medisch gezien al lang niet meer omstreden. Zulke beelden zijn dan ook niet zo moeilijk te verzinnen zodra het lichaam een hogere status krijgt: lichamelijk genot hoeft dan niet meer verdrongen te worden naar de zondige marges van het bestaan en de spanning die bestaat tussen genieten en gezondheid kan ook op nieuwe manieren worden voorgesteld. Traditioneel ging het om het disciplineren of bedwingen van een wild en gevaarlijk lichaam. Maar als we het leven of het genot zien als een kunst, gaat het om een andere verzameling vaardigheden. Vormgeven lijkt eerder een centraal begrip dan temmen of bedwingen. Verantwoord genieten is daarbij misschien nog steeds niet gemakkelijk, maar plezier voor het lichaam is dan iets om te leren, niet iets inherent verdachts. 'Geniet, dus eet met mate'.

Het zoeken naar zulke beelden en recepten is niet een kwestie van een paar trucjes. De traditionele concepten van genieten en gezondheid zijn gebaseerd op diepgewortelde tegenstellingen en beelden die niet zomaar de wereld uit zijn. Zowel in de filosofie als in het alledaagse sociale leven is een herwaardering van het materiële en lichamelijke een langzame beweging. Ethisch gezien is de potentiële winst ingrijpend: ze omvat moreel verantwoorde vormen van hedonisme, meer aandacht voor de manier waarop voedsel wordt geproduceerd én vreugdevoller visies op gezondheid.