

De metroseksueel

- Uit SUM, studentenblad, nov. 2004

In dit blad een reactie op de opvattingen van Carl Rohde

Caspar van Helden **DE METROLECTUEEL: EEN MERKJE OF EEN MORAAAL?**

Binnen de redactie van SUM is er veel over gediscussieerd: is de metro in, uit, relevant, irrelevant en is hij nu gay, straight, of van alles een beetje? Mark Simpson heeft in dit nummer het oorspronkelijke concept van de metroman al uitgelegd, dus we weten dat seksuele oriëntatie geen rol speelt, ook al hebben de Nederlandse glossies dat niet helemaal begrepen. Maar hoe zit het nu wel? Is de Nederlandse student voornamelijk bezig met deeltjesversnelling of epileertechniek? Als we afstand nemen van de glitter, sensatie, sex en marketingtrucs, blijft er dan nog wat over? En hoe staat het met die metroboy en zijn positie in het onderwijs? Experts aan het woord.

METRO IS COOL

Onderzoeker en coolhunter Dr. Carl Rohde (Universiteit Utrecht) is heel duidelijk: metrosexualiteit is een van de belangrijkste fenomenen in de wereld van mannen tot 25. Sterker nog, 'als je onder de 25 bent ben je zo geboren, als je erboven bent moet je het leren'. Rohde leidt niet alleen cultureel-anthropologisch onderzoek op de universiteit, maar ook zijn eigen trendwatch bureau 'Signs of the Time'. Honderden jongeren over de hele wereld leveren hem beeld, geluid en informatie over de coolste trends die zij tegenkomen, en die gegevens worden geanalyseerd en verkocht aan grote ondernemingen voor productontwikkeling. 'Die combinatie tussen corporate en academisch is erg spannend. De universiteit is toch nog altijd wel een beetje Jurassic Park, en met een commercieel, virtueel bureau kun je heel slagvaardig te werk gaan'. Alle signalen wijzen echter in één richting: de metro is een fenomeen waar zowel beleidsmakers als ondernemers serieus rekening mee moeten houden als ze succesvol willen zijn en blijven. 'Je moet als onderneming de zogenaamde *soft spots* bij jongeren weten te raken, en de *features* van metrosexualiteit zijn daar erg belangrijk in'.

Wat zijn de belangrijkste kenmerken?

- Metromannen zijn zeer sterk georiënteerd op consumenten, in tegenstelling tot alleen geld verdienen.
- Metromannen zijn 'masters of impression management'. Alles draait om image en perceptie.
- Metromannen focussen hun gedrag en gedachten met name op het tevreden stellen van zich zelf: *totally self-indulgent* noemen we dat.

Op al die gelijktheid komt natuurlijk reactie. Tenslotte willen de mannen er wel lekker, *fashionable*, en cool bijlopen, maar ze moeten wel mannen blijven. Om het slappe huisvrouwengevoel te lijf te gaan ontwikkelen zich de volgende trends:

- Nieuwe ruigheid: sommige merken komen weer met stoere binken aan. Vies en vuil zijn ook weer terug.
- Onverantwoordelijk testosteron: gewoon hele domme gevaarlijke onzin uitvreten (zoals MTV's Jackass laat zien).
- Mannelijke camaraderie: 'men will be boys'.
- Mannelijkheden van vroeger: de oude helden worden weer van stal gehaald en vereerd.
- Epische mannelijkheid: Troy, Gladiator, Lord of the Rings. Hoe fantastischer en grootser hoe beter.

Uiteraard zijn al deze tegenstromingen wel weer onderdeel van het fenomeen metrosexualiteit in zijn geheel. Er is eigenlijk geen ontsnappen aan, en dat is ook precies waar Mark Simpson in zijn interview op doelt: de metro is in sommige opzichten een

bevrijde man, vrij van het mannelijke, van de machocultuur, het heteronormatieve haantjesgedrag. Aan de andere kant is de metro toch weer tot slaaf gemaakt van het consumentisme en van zijn eigen dorst naar zelfverheerlijking. De vraag is hoe de mannelijke studentenbevolking met die tweestrijd omgaat? Zijn ze vrijgevochten homosensuele hetero's geworden, of bestaan er nog steeds ouderwetse corpballen die bij een blote mannenborst op een tijdschriftcover gaan kakelen of pretend-kokhalsen? Op veel middelbare scholen in Nederland lopen inmiddels programma's die jongens zelfbewustzijn, balans en respect bijbrengen voor zichzelf, voor meisjes, en voor andere jongens. Hoe zit dit op de universiteit, bij een generatie die nog gedeeltelijk is grootgebracht door een verwaterende generatie neo-traditionalisten?

NIET METRO MAAR GEWOON GEZOND

'De metrosexueel is gewoon een ouderwetse narcist', zegt Lauk Woltring. 'Goed je lijf verzorgen noem ik niet metrosexueel, maar gewoon gezond. Ik zie wel dat er dingen veranderen op de universiteit. De studenten zijn volgens mij veel cynischer geworden, eigenlijk "sadder and wiser". Sommige media dragen daar zeker toe bij waar zij mensen voorhouden dat ze spanning en desillusie kunnen voorkomen of omvormen in "geluk" door constant te consumeren'.

De laatste tijd was Lauk Woltring alleen te ontlopen voor mensen die geen kranten lezen of televisie kijken. Zijn kritiek op de scheve man/vrouw-verhoudingen binnen het onderwijs, alsmede de te geringe aandacht voor de specifieke problemen van jongens werd niet overal gewaardeerd. Als gedrag- en identiteitsspecialist op het mannelijk vlak ziet hij niet veel in het metroverhaal. Volgens Woltring leidt de enorme drang naar 'instant bevrediging' van de metroman alleen maar tot een iemand die er goed uitziet maar eigenlijk totaal behoorlijk ongemakkelijk in elkaar steekt en per saldo ongelukkig is.

'Intellectuele metroseksuelen? Is dat geen innerlijke tegenspraak? (Noem het maar metrolectuelen). Van een beetje intellectueel mag je toch enig kritisch vernuft, enige autonomie verwachten? De focus wat verder dan de haartjes in je bilspleet of gladde huid onder het nieuwste T-shirt van 70 Euro, geurend naar, ja naar wat? Ach zoek het maar uit, ieder diertje zijn pleziertje. Een mannenlijf mag er toch ook goed uitzien en lekker ruiken!? Of als reactie naar stront of leer? Bekijk het even ... (maar niet te lang, anders ga je er nog in geloven ook, en is de markt intussen weer verder op zoek naar een nieuwe hype).

Wat was narcisme ook al weer? Twijfel aan jezelf, egocentrisch onvermogen om relaties met anderen, met de wereld aan te gaan, en dan maar epische idolen naspelen en verliefd worden op je eigen uiterlijke schijnbeeld, een omhulsel voor zwakke identiteit, gebrek aan werkelijk zelfrespect. Gebrek aan moed om in de spiegel te kijken, iets van je leven in die wereld te maken, verdoofd door drank, je eigen vermeende (of uit potjes gehaalde) schoonheid of korte baan succes van je image (bij wie eigenlijk? Ook van die types?).

Een onderneming die zich op die jongeren richt zal ze heus wel spullen kunnen aansmeren, maar zal van een kouwe kermis thuiskomen als ze hen voor middle management of hogere functies in dienst neemt. We hebben al genoeg bedrijven met die flitsende gasten over de rand zien kukelen. Ik zou er mijn spaargeld niet aan toevertrouwen. Graag een wat verdergaande blik dan suffe trends. Ik verwacht van studenten wat meer autonomie, zelfstandigheid, blik op de toekomst, denken, kritische ideeën over hoe het nu verder zal gaan en zou moeten gaan (en niet hoe dieper te speuren in eigen en/of andermans oksel of onderbroek, alsof dáár de wijsheid en het kritische vernuft zetelt).

Maar de zelfbenoemde heftige, coole, enz. scene van de hedendaagse vlotte 'intellectigentsia' laat zich in haar narcisme onder de noemer metroseksueel aardig opfokken door slimme gasten die hun dromen en fantasieën weten af te tappen en duur terug te verkopen, verglitterd en opgesmukt met ...tja, wat? Als het maar nieuw en/of glad en schoon is.

Dansen op de rand van een uitdovende vulkaan terwijl het feestje inmiddels al aardig aan het verschuiven is naar Azië en India, teveel geld besteed aan een lijntje coke of ander lekkers om nog eens een studieboek erbij te kopen dat niet op de lijst staat, laat staan in staat het te lezen, te begrijpen en er zinnige vervolgedachten op te ontwikkelen.

Hopelijk een kleine groep, jammer, maar sterft vanzelf uit, als ze eenmaal de dertig gepasseerd hun fantasievermogen hebben uitgehold of versleten, en als wrokkende wrakken moeten toezien hoe anderen het heft hebben overgenomen. Cool? Ik krijg het er eerder koud van. Ik kom gelukkig ook andere studenten tegen. Laten we het daar maar op houden.'

Als oprichter van het platform 'Jongens in Balans' (www.jongensinbalans.nl), binnen zijn eigen expertisebureau (www.laukwoltring.nl), en in zijn werk voor het onderwijs, de jeugdzorg en voor de Hogeschool van Amsterdam komt hij veel jonge mannen tegen. Zijn indruk is absoluut niet dat alle jongens vooral bezig zijn met het scheren van lichaamsdelen, kopen van de laatste mode en inrichten van hun kamer. 'Dat zijn veelal prima jongens die weten wat ze met hun leven willen of dat aan het uitzoeken zijn. Dat sommigen daarbij wel eens asociaal of gevaarlijk gedrag vertonen is een feit, maar er valt goed met hen te praten, kwestie van luisteren en domweg serieus nemen zonder in alles mee te gaan, soms ook duidelijk grenzen stellen; dat geeft vreemd genoeg (of dus eigenlijk helemaal niet zo vreemd) vaak eerder rust. Als je hen zegt dat ze hun lot niet uit handen hoeven geven en dat het hebben van de nieuwste sportschoentjes niet tot een goed en gelukkig leven leidt, dan begrijpen ze dat totaal, zij zijn niet gek'.

BAD BOYS

Het gaat slecht met de mannelijke student als we naar zijn positie in het voortgezet en hoger onderwijs kijken in Nederland. Volgens Pim Breebaart, voorzitter college van bestuur van de Haagse Hogeschool en TH Rijswijk, wordt het probleem van het achterblijven van de man in het onderwijs onderschat en niet goed genoeg besproken. Het aantal mannelijke geslaagden loopt op alle schooltypes dramatisch terug. Ze halen veel minder en lagere diploma's vergeleken met de mannelijke populatie in 1990. De redenen zijn complex. 'In ieder geval stelt het huidige leven van jongeren hoge eisen om erbij te horen. Om erbij te horen is geld nodig. In onze consumptiemaatschappij kost jong zijn veel geld en er worden door jongeren collectief keuzen gemaakt die geld veronderstellen. Dat geld wordt verdiend, en het lijkt erop dat jongens hiervoor veel gevoeliger zijn. Ze verdienen op jongere leeftijd al vaker geld en hebben vaak meer bijbanen dan meiden. En misschien zit de traditie van de mannelijke kostwinners de huidige generatie jongens nog wel dwars. Ze zijn op dit moment onzeker over hun status tegenover meiden, en compenseren dat wellicht door geld te verdienen en het uit te geven. Zeker is ook dat jongens minder adequaat leergedrag vertonen. Dat weerspiegelt zich in het jaarlijkse studententevredenheidsonderzoek van onze hogeschool. De vrouwen geven stelselmatig een hogere waardering dan de mannen. Mannen lijken sneller ontevreden'.

Breebaart wijst erop dat de slechte prestaties van de mannen consequenties heeft voor de keuze voor betatechniek. Aangezien de keuzepatronen van jongens en meisjes voor de profielen op have en vwo namelijk vrijwel onwrikbaar vastliggen, en slechts 4 procent van de meisjes techniek kiest, verzwakt de basis voor het hoger technisch onderwijs dramatisch en continu. 'Extra beurzen of bonussen helpen niets', zegt de voorzitter.

NOW WHAT?

Het blijkt dus dat we met een generatie mannelijke studenten zitten die niet lekker in hun vel zit. Of, als ze goede metro's zijn, wel lekker in hun met Armani moisturizer ingesmeerde vel zitten maar verder slecht presteren, onverantwoordelijk en asociaal gedrag vertonen, en niet weten hoe ze een vrouw in de ogen moeten kijken. Bovendien is de huidige crisis, of die nu door het metro-fenomeen veroorzaakt wordt of niet, schadelijk voor de economie en de marktpositie van Nederland op de lange termijn. En dat alles vanwege David Beckham die metrosexualiteit tot een wereldwijd begrip maakte.

'Voor het opkrikken van het opleidingsniveau van de Nederlandse beroepsbevolking moeten we ons vooral richten op verborgen talenten van jongen en allochtone studenten. Daar zit de winst in dit opzicht', zegt Pim Breebaart. Hopelijk zal de echte metrolectueel met het ontbloten van die talenten weinig moeite hebben.