

GOD HOUDT WEL
VAN EEN GEINTJE

GOD
HOUDT WEL
VAN EEN
GEINTJE

Een kleine theologie van de humor

Frank G. Bosman

Uitgeverij Meinema, Zoetermeer

www.uitgeverijmeinema.nl
www.GoedGezelschap.eu

Ontwerp omslag: Marion Rosendahl

ISBN 978 90 211 4427 6
NUR 700

© 2012 Uitgeverij Meinema, Zoetermeer

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden veeelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Vis Comica
'De kracht van het komische'
Toegeschreven aan Julius Caesar

'Voor mij is humor een cadeau van God'
Gerard de Korte, bisschop van Groningen – Leeuwarden
de Volkskrant, 25 juni 2012

Voor Mariëlle

VOORWOORD

Op 10 februari werd in Utrecht het boek *Heilig. Gewoon nu* van Bert Dicou en Sigfried Coenrade (Meinema, 2012) gepresenteerd. Het bevat portretten van bekende mensen als Nelson Mandela, Henri Nouwen en moeder Theresa. De bijzonder mooi uitgevoerde fotocollages van Rob Becker geven de heiligen een eigentijdse uitstraling.

In het boek geven Dicou en Coenrade – bij wijze van afsluiting – ‘tien tips om heilig te worden’, zoals ‘durf je zekerheden los te laten’ en ‘wees niet te idealistisch’. De zesde tip luidt ‘blijf vrolijk’: ‘Verbeten naar het goede streven is geen bijzonder werkzame strategie. Het gaat een stuk beter als je het belang van je inspanningen wat kunt relativeren en opgewekt blijft, of je nu wel of je niet je doelen haalt.’

De Remonstrantse Broederschap had mij gevraagd een lezing te houden over ‘heiligheid’ ter gelegenheid van de presentatie van het boek. In het daaropvolgende forumdebat kwam de vrolijkheidstip ter sprake. ‘Het is allemaal wel erg serieus hier vandaag’, aldus een deelnemer. Ik beaamde dat en verzuchtte dat er misschien maar eens een theologie van de humor geschreven moest worden. Humor houdt immers ook gelovigen licht en luchtig.

Zoals van de ene bruiloft de andere schijnt te komen, zo wil het gezegde, komt van het ene boek kennelijk ook het andere. Steven Schenk van uitgeverij Meinema hoorde mijn verzuchting en was zo vriendelijk mij de gelegenheid te geven dit boek te schrijven. Hiervoor ben ik hem nog steeds heel dankbaar.

Vlijmen, 21 augustus 2012

INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD	7
INHOUDSOPGAVE	9
INLEIDING	11
De Deense cartoonrel	14
Een kleine theologie van de humor	16
1. THEORIE VAN DE HUMOR	19
Drie theorieën	20
Filosofen over humor	23
Christelijke theologen over humor	25
2. GODSLASTERING EN HUMOR	32
De zaak-Van Gogh	34
Blasfemie door de tijd heen	35
Blasfemie en macht	39
3. LACHEN MET DE BIJBEL (OF NIET)	47
Teken van vijandelijkheid	49
Teken van dwaasheid	51
Teken van blijdschap	53
Sarcasme, ironie en naamgrapjes	54
4. CHRISTUS, CLOWNS EN CARNAVAL	59
Carnaval	62
‘Buiten je broekje gaan’	63
Christus Clown	65
5. HEILIGE HUMOR	71
De goddelijke Finkers	72
God speelt kiekeboe	75
6. GOD ALS GRAPJE	81

7. LACHENDE BEELDENSTORMERS	88
De grootinquisiteur van Sevilla	88
'Geen gesneden beelden'	92
BESLUIT	99
LITERATUURLIJST	105
CASUSSEN: HUMOR OP HET CHRISTELIJKE ERF	
<i>Life of Brian</i>	30
<i>Dogma</i>	45
Robert Longs 'Jezus redt'	57
<i>Ghost</i> van deUS	69
<i>South Park</i> over de 'Catholica'	79
Protestant vs. Catholic Heaven	86
Axe, lust en gevallen engelen	97

INLEIDING

De Amerikaanse producent van Red Bull brengt zijn energiedrankjes aan de man met behulp van een hele serie cartoonachtige reclame-filmpjes. Ze hebben allemaal dezelfde vertelstructuur: een loser lost zijn problemen op kolderieke manier op door Red Bull te drinken, want – zo zegt de slogan – ‘Red Bull geeft je vleugels’. Wellicht is weglopen of -vliegen niet de beste oplossing voor onze menselijke problemen, maar het levert wel leuke reclame op.

Red Bull overspeelde echter zijn hand. In 2012 lanceerde het merk een nieuwe aflevering met in de hoofdrol Jezus zelf. We zien Hem met twee niet nader geïdentificeerde apostelen lusteloos in een bootje op het meer van Galilea dobberen. De Heiland besluit een uitstapje buiten de boot te maken. Geheel volgens de verwachting van de kijker zinkt Jezus niet weg in het water, precies zoals Matteüs ons dat vertelt (Mat. 14,22-31). De ene leerling merkt op: ‘Dat komt vast omdat-ie Red Bull heeft gedronken. Dat geeft je immers vleugels!’ Maar Jezus heeft helemaal geen energiedrank nodig om een held te zijn: ‘Ik weet waar de stenen liggen.’ En bijna glijdt Hij van de net onder water staande stenen af. Ik weet niet hoe vaak ik deze mop in talloze variaties heb gehoord of zelf heb verteld, maar hoe geloviger het publiek hoe harder de lach.

Het is een vreemd filmpje. Normaal gesproken zijn het de losers die in helden veranderen, louter en alleen door de verborgen krachten van het energiedrankje. Jezus is tot nu toe de enige uitzondering: Hij heeft het drankje helemaal niet nodig. Jezus wordt niet op één lijn gezet met de andere losers uit de reclameserie, maar bezit als enige heldenkracht vanuit zichzelf. Jezus is de enige die geen Red Bull nodig heeft om vleugels te krijgen, die heeft-ie al vanuit zichzelf.

Toch kon niet iedereen om het filmpje lachen. Zuid-Afrikaanse christenen maakten zo’n kabaal dat Red Bull zich genoodzaakt zag

deze reclame in te trekken en excuses te maken. De Zuid-Afrikaanse bisschoppen riepen zelfs op tot een energiedrankjesembargo tijdens de vastentijd: geen Red Bull tot Pasen. Geen van de protesterende christenen zag de humor ervan in, noch de afwijking van het normale patroon van de Red Bull-reclamefilmmpjes. Het enige wat ze zagen was een godslastering. 'Jezus heeft geen Red Bull nodig om over het water te lopen', aldus een anonieme christen op internet. Als deze verontruste christen verder had gekeken dan zijn neus lang was, had hij gezien dat Red Bull dat juist geheel beaamt.

Het was niet de eerste keer dat Red Bull zijn vingers brandde aan een religieus grapje. In 2007 werd een eerdere episode van de Italiaanse buis gehaald na klachten van de katholieke kerk. In dit filmpje komen vier (!) wijzen op bezoek bij Maria en het pasgeboren kind. De vierde wijze blijkt Red Bull als geschenk meegebracht te hebben. Als Maria haar verbazing uitspreekt, vraag de olijke wijze retorisch: 'Hoe denk je dat die engelen daar boven kunnen vliegen?' Want – wederom – Red Bull geeft je vleugels. In de Italiaanse krant *Corriere della Sera* beklaagde een zekere pastoor Damanti zich: 'De H. Familie wordt op een godslasterlijke manier afgebeeld. Wat de ironische bedoelingen ook waren, de reclame maakt de geboorte van Christus belachelijk, en houdt daarmee geen rekening met de gevoeligheid van christenen.' Grapjes met een religieuze lading liggen nu eenmaal gevoelig.

Red Bull is niet het enige bedrijf dat graag een grapje maakt met een religieuze knipoog. Toen het gratis dagblad *De Pers* in dezelfde periode ten onder ging, probeerde de redactie wanhopig het eigen journalistieke bestaan te redden. Tijdens de veertigdagentijd publiceerde zij op de cover een gekruisigd exemplaar van de eigen krant met de leuze 'Jezus lukte het ook!!! Wij gaan proberen zelfs nog vóór Pasen te herrijzen.' Je kunt de redactie van *De Pers* in ieder geval geen bijbels analfabetisme verwijten: ze weet dat het met Pasen over Jezus' dood en verrijzenis gaat, en niet over rondbuitelende paashazen. Toch voelden veel christenen zich beledigd.

De Amerikaanse satirische tekenfilmserie *South Park* (gemaakt door Matt Stone en Trey Parker) stelde in 2007 (*Fantastic Easter Special*) de steeds dunner wordende lijn ter discussie tussen het christelijke en het seculiere Paasfeest – Jezus versus de Paashaas, zeg maar. Op paasochtend zit de familie Marsh aan het traditionele familieontbijt. Terwijl iedereen zijn geverfde eitjes zit te pellen, vraagt