

No Logo lezen, een koude douche

No Logo – Naomi Klein, Lemniscaat, 2001

Dit boek was de hit toen 'antiglobalisme' in was, zo ergens tussen 2000 en 2003. Een verslag.

Feiten

De kracht van Naomi Klein's boek schuilt in haar sprekende schets van veel feiten. Niet geheel toevallig ben ik voordat ik No Logo opensloeg ook aan het lezen geslagen in Marx' *Kapital*. Ook dat boek vind ik nu al goed (ik ben op twee derde), onder meer vanwege de beschrijvingen van de veelal dramatische feiten. Wellicht dat beide boeken mede daardoor zo populair zijn geworden. Ik denk dat No Logo wat dit beschrijven van feiten betreft een update (maar zeker niet de enige update!) van *Das Kapital* is. Hoewel ik niet bijzonder veel op het gebied van economische-ellende-en-hoe-deze-te-voorkomen gelezen heb, denk ik wel dat ik een indruk heb van wat er ongeveer op dat gebied verschijnt. Ik denk niet dat er de laatste tien jaar veel boeken zijn geschreven waarin zo'n breed spektrum aan feiten neer worden gezet. Naomi Klein heeft ook 'eigenhandig' sweatshop-arbeidsters geïnterviewd. Met name die interviews vond ik sterk.

Boodschap

Die feiten in No Logo, je zal het al vermoeden als je het niet al weet, komen neer op: ongeveer alle bedrijven, van Apple tot Nike, doen hun best om hun producten te laten maken door mensen zo grof uit te buiten als maar winstgevend is (niet voor de arbeidsters). Wie nog enige illusies koestert over dat het misschien nog wel een beetje meevalt hier en daar, komt in No Logo onder een koude douche terecht. Ook beschrijft Klein de ongegeneerde graaizucht van 'bedrijfsmensen' aan de hand van 'hun' meer en meer total(itair)e grip op de leefwereld van mensen niet alleen in sweatshop-landen, maar ook in de rijkere streken der aarde.

In deze streken, zo verraadt de titel van het boek, wordt het openbare leven steeds meer bepaald door reclames en (dus) logo's. Een bijzonder stuitend voorbeeld vermeldt Klein aan het begin van haar boek: dat Pepsi nog steeds plannen heeft om haar logo op de maan te projecteren. Eeuwig zonde dat Klein dit voorbeeld alleen maar *en passant* vermeldde, zonder verwijzingen. Ik ben benieuwd naar meer ins en outs, want zo'n maanprojectie vind ik reden om alles wat Pepsi heet vakkundig te slopen (terwijl ik over het algemeen heel erg tegen slopen ben).

Klein's feiten leidden haar tot de konklusie dat het allemaal om logo's draait, die ellende op de wereld. Tenminste zo lijkt het mij, want ze trekt deze konklusie nergens expliciet. Andere dingen komen in haar boek slechts voor als achtergrond gegevens. Toch kan je met met een zelfde vracht aan gegevens een boek schrijven dat als boodschap heeft dat alles draait om - ik noem maar een dwarsstraat - het old-boys-network. Met andere woorden: het had Klein's boek sterker gemaakt als ze en theoretisch hoofdstukje had ingelast, met daarin de mededeling dat ze het weliswaar heel erg heeft over de opkomst van naamsbekendheid als belangrijke faktor in 'kapitalistische evolutie', maar dat dit heel-erg-hebben-over niet betekent dat Klein denkt dat alles om logo's draait.

Jammer, hierdoor blijft het boek steken bij een update van beschrijving van ellende. Misschien is het boek juist populair geworden vanwege de geringe boodschap: logo's en multinationals de schuld geven is lekker makkelijk voor veel lezers. Inmiddels is

'antiglobalisme' uit, onder meer omdat er weinig is gedaan met wat je kan doen om een eerlijke, aardige economie op te bouwen. Wat aanvankelijk makkelijk lijkt (anderen de schuld geven) keert zich op de iets langere termijn dus tegen je. Tijd voor *veel* aandacht voor (anarchistische) economische theorieën en idealen!

Menno Sijtsma
© 2005

*Ander boek: Dagboek van een activiste ("Fences and Windows"), Lemniscaat 2002.
Surfen: www.nologo.org en: www.lemniscaat.nl*