

De hond van Paris Hilton is beroemd. Tinkerbelle heet ze, en ze werd een internationale bekendheid toen ze, in 2004, een paar dagen vermist was na een inbraak in een van de vele appartementen van haar baasje. Logisch, zeggen sommige mensen, we hebben het hier namelijk niet over zomaar een hond. Tinkerbelle is een chihuahua, en volgens veel mensen de reden dat het houden van accessoirehondjes een wereldwijde trend werd. Ze passen in handtasjes, en in de winter trekken bezorgde baasjes ze malle jasjes aan. Tinkerbelle figureerde in televisieseries en talkshows,

bezoekt jetsetfeestjes, staat in tijdschriften en... schreef een boek. Een biografie, jawel, *The Timberbell Hilton Diaries*.

6 Ik haal dit fascinerende chihuahuaatje aan omdat ze bekend is geworden, zonder daar zelf iets voor te doen. Er is geen prestatie geleverd, ze heeft geen buitengewoon talent. Net als haar baasje, Paris Hilton, telg van de beroemde Hilton-familie, oprichters van de hotelketen. Heel veel geld, vaak te zien op de juiste feestjes, partyshots in glossy's, een paar keer in opspraak geraakt en al snel volgde voor Paris wereldwijde bekendheid in roddelbladen en realityseries. Beroemd worden zonder er echt iets voor te doen. Zonder iets te kunnen. Het geldt voor Paris, en ook voor haar hond. Het maakt veel mensen tegenwoordig niet meer uit, waarmee ze beroemd worden. Als ze het maar zijn.

Elke dag worden er miljoenen filmpjes op YouTube geplaatst waarin goedgeleimde individuen hun talenten aan de wereld tonen. Op televisie-zenders over de hele wereld zijn shows te zien waarin vol overgave gedanst dan wel gezongen wordt. Opleidingen in de zogenaamde 'performing arts' overwoekeren als onkruid de acade-

mische tuinen. Voor de meest krankzinnige realityseries melden zich seizoenen lang deelnemers aan. Beroemd worden, of zijn, is voor heel veel mensen een streven. Ik denk niet dat het altijd zo is geweest, maar zelfs als dat wel zo is, eindigden de dromen van matige talenten en andere hemelbestormers vroeger in kleine zaaltjes, op bruiloften en bij talentenjachten op school. Een paar honderd mensen waren getuige van de moedige pogingen door te breken, of het schrijnende bewijs dat er niets anders op zat dan weer terug te keren naar het leven buiten de spotlights, terug de fabrieken in, of de schoolbanken. Maar nu, in onze tijd, is de mogelijkheid om zelf te publiceren, om elk optreden vast te leggen en uit te zenden, explosief toegenomen. Iedere dromer, ieder zichzelf overschattend talent kan een podium vinden om de rest van de wereld te laten zien dat hij of zij recht heeft op de aandacht van bewonderaars. Recht hebben op roem, alsof het je leven beter, makkelijker, mooier, zelfs gelukkiger zou maken. En zelfs als mensen daarbij niet aan de rode lopers denken, aan champagne en limousines, lijkt het in steeds meer gevallen toch vooral te gaan om de zichtbaarheid die bij

dat leven hoort. Die behoefte aan zichtbaarheid, daar kan bijna iedereen zich tegenwoordig wat bij voorstellen. Ook in het 'gewone leven'. Roem en zichtbaarheid zijn natuurlijk niet helemaal hetzelfde. Gelukkig zijn er nog altijd heel veel mensen die niet beroemd willen zijn, die liever achter de schermen blijven, maar zelfs dan is het belang van zichtbaarheid toegenomen. De jonge generaties van nu worden vaker gefotografeerd, vaker vastgelegd op video dan ooit tevoren. Op Facebook verzamelen we vrienden alsof het om Panini-voetbalplaatjes gaat, we willen zo veel mogelijk volgers hebben op Twitter en op internet gaat het er vooral om dat onze filmpjes en blogs bekeken worden. Het liefst massaal. Maar al die dingen verwijzen naar een zichtbaarheid, naar een vorm van roem, waar niet meer noodzakelijkerwijs een prestatie aan voorafgaat. Je hoeft niet per se ergens goed in te zijn. Je kan beroemd zijn simpelweg omdat je vaak te zien bent. Michel de Montaigne schreef er rond 1580 al over in zijn *Essais*. Kritisch was hij, waarschuwend bijna: 'Als onze naam van mond tot mond gaat en overal genoemd wordt, heet dat: naam maken. Wat in dit streven nog het meest te vergeven valt, is de hoop

dat onze naam een goede klank krijgt en van deze verspreiding beter wordt. Maar deze ziekte gaat zo ver dat velen van ons proberen om hoe dan ook van zich te doen spreken. Trogus Pompeius zegt van Herostratus, en Livius van Manlius Capitolinus, dat hij liever een grote naam dan een goede naam wilde hebben. Dit is een veelvoorkomende ondeugd. Wij vinden het belangrijker dat er over ons gesproken wordt dan hoe er over ons gesproken wordt: als onze naam onder de mensen rondgaat, op welke manier dan ook, zijn wij al tevreden. Het lijkt wel of faam zo'n beetje inhoudt dat je leven en je voortbestaan onder de hoede van anderen is gesteld.'

9

Een ziekte, noemde Montaigne dat 'naam maken', een ondeugd ook. Toen al. Ik geloof dat ik het met hem eens ben. De zucht naar roem, naar het genoemd worden, is een ziekte. Vooral als het om dat lege noemen gaat, het hoe dan ook van mond tot mond willen gaan, ongeacht prestatie of talent. Tegenwoordig zie je dat nog meer dan in Montaignes tijd. Zichtbaar zijn is van belang, en de manieren om de eigen zichtbaarheid te vergroten zijn toegenomen. Dat is een belangrijk verschil met andere tijden. Maar is er niet nog

meer veranderd? En wat maakt beroemdheid begerenswaardig in een tijd waarin iedereen die dat wil blijkbaar beroemd kán worden? Mogen we zelfs concluderen dat die oververtegenwoordigde zucht naar zichtbaarheid op tv en internet ons dwingt tot een relatie met de massa die wegstuurt van die met het individu? Die drie vragen wil ik proberen te beantwoorden in een pleidooi om mensen te bewegen roem weer te zien als het gevolg van een prestatie. Om roem weer te zien als een resultaat, niet als een doel van wat we doen. Ook hoop ik een beeld te krijgen bij de motivatie om beroemd te zijn. Want waarom willen zoveel mensen dat toch?

HET KIND VAN DE DOMINEE

Een mens wil herinnerd worden. Dat is altijd zo geweest. Vroeger liet je jezelf vereeuwigen door een schilder, als je dat kon betalen. 'Schrijven, schilderen, fotograferen en filmen zijn allemaal manieren om dingen die voorbijgaan terug te roepen, vast te leggen, nog een keer leven in te blazen. We zijn ons allemaal bewust van die zandloper die eens leeg zal zijn,' schreef Ian Buruma in zijn *Kousbroeklezing*. Die behoefte aan bestendiging lijkt vandaag de dag breder gedragen. De mogelijkheden om beroemd te worden zijn toegenomen. Iedereen kan beroemd zijn, is het

adagium van deze tijd. Daarin schuilt een groot en belangrijk verschil met andere tijden. Vroeger was roem het gevolg van een prestatie. De held die niet te verslaan was op het slagveld, de filosoof die nieuwe ideeën ontwikkelde over de samenleving, schrijvers, kunstenaars, sporters, popartiesten, zakenlui die een gat in de markt ontdekten, criminelen die op spectaculaire wijze banken beroofden of de meest gruwelijke moorden pleegden. Voor roem moest je iets doen. Iets kunnen.

Beroemd willen zijn gaat verder. Het wordt in onze tijd vaak een doel op zich. Ikzelf denk regelmatig na over mijn relatie met roem. Ik ben een domineeskind. Mijn broers, zusje en ik groeiden op in kleine plaatsen waar bijna iedereen ons kende. Braken wij, uit pure verveling, een keer een autospiegel af of keilden we een steentje door een kasruit heen, dan konden we het op een rennen zetten, maar we werden altijd herkend, bij thuiskomst stonden onze ouders ons al op te wachten. Armen over elkaar, hoofdschuddend. Of met spaarpotten in de hand, soms met het plakband nog eromheen, van de laatste keer dat ze moesten worden opengebroken. Het ging om symbolische bedragen. Meer dan een paar gulden zat er zelden

in, en een kasruit of autospiegel kostte al snel zo'n honderd gulden.

Als kind was ik me er dus al vroeg van bewust dat ik gezien werd. Niet alleen tijdens baldadige uitpattingen, ook op het voetbalveld, op straat en in de kerk. Ik begon ermee te spelen. Wanneer mijn broers, zusje en ik op zondagochtend, altijd net iets te laat, de kerk in liepen voelde ik de ogen van de mensen die geduldig zaten te wachten op de preek van mijn vader, branden in mijn rug. Als ik een van mijn broers een duw gaf, werd er gezucht of gelachen. Ik zat kaarsrecht in de kerkbank en deed of ik aandachtig luisterde naar wat mijn vader te zeggen had. Bewust van een publiek. Al is dat natuurlijk de invulling die ik er nu aan geef. In mijn jeugd dacht ik helemaal niet na over het podium waarop ik leefde. Het glazen huis, noemen domineeskinderen het vaak. Alles wat je doet wordt opgemerkt, gewogen en beoordeeld. Ik dacht er niet over na, maar het deed wel iets met me. Ik raakte gewend aan dat podium. Gehecht zelfs. En als ik er nog zo'n andere typische eigenschap van domineeskinderen aan vastplak, het gevoel nuttig te moeten leven, ertoe te moeten doen, ligt daar deels een voedingsbodem voor

mijn eigen hang naar zichtbaarheid en voor de
aard van mijn tv-programma's. Maar nu algeme-
ner. Mensen hebben al veel langer behoefte aan
zichtbaarheid. Wie wil er niet herinnerd worden?
En toch lijkt er in onze tijd iets te zijn veranderd.
Maar wat dan?