



© Stephan Vanfleteren

Ik

Ik zocht vergeving, maar vond slechts schuld.

Ik vulde mijn hart met hoop en bleef achter met handen vol spijt.

Ik zocht naar een zin in mijn leven en ik vond één woord: absurditeit.

Ik wilde liefhebben, maar al mijn pogingen daartoe liepen uit op wrevel en walg. En op haat, niet te vergeten.

Ik zocht het rechte pad en speelde de weg kwijt.

Ik wilde vreugdevol zijn en blij. Tot mijn verdriet lukte het mij niet.

Ik wou maatschappelijk betrokken wezen. Toen stond ik op, toen verliet ik mijn bed. De wereld lag als een plas kots aan mijn voeten. Ik gleed in de wereld uit.

Ik ontvluchtte het oog van de storm en knakte.

Ik wou moedig zijn. Ik had de mond vol overmoed. Ik had de mond vol overmoed. Ik was doodsbang dat ik zou stikken.

Ik wou mezelf zijn en er bleken miljarden ikken te bestaan. Geen ervan beviel mij. Ik kon mij niet identificeren. Ik bleef proberen. Ik ben nog steeds niet meer dan iemand die probeert zichzelf te leren kennen in het besef dat zijn poging helaas nooit zal slagen. Trouwens, ik ben het kennen niet waard.

Ik ben zoals Marc Dutroux: een mens.

Ik heb mezelf niets te zeggen. Daarom ook heb ik de anderen nodig. Niemand is meer dan een klankbord voor mij. Ik lul mezelf de heesheid voorbij, maar of iemand mij begrijpt, interesseert mij niet echt. Echt niet.

Op zoek naar mezelf is elk raam een spiegel voor mij en elke spiegel lijkt steeds weer een raam.

Kreupel ben ik en mijn krukken zijn van riet of, erger nog, van elastiek. Dat kan nooit goed gaan.

Mijn wereld brandt en mensen die het goed met mij menen, raden mij aan om te springen. Maar keer op keer blijkt hun vangnet weinig sterker dan een heel groot spinnenweb.

Geen paniek. Ik heb niets te verliezen. Ik ben niet meer dan een deel van een bijzonder vergankelijk lichaam.

Als ik zeg dat ik niet waanzinnig ben, dan bedoel ik dat niemand psychisch gezond of 'normaal' is. In mijn optiek is

CHRISTOPHE VEKEMAN

1 Huishoudapparaten zijn de barometers van de tijd. Elk decennium heeft wel zijn favoriete partytoestel. De fonduestellen en gourmetpannetjes van de jaren zeventig en tachtig sloten naadloos aan bij de democratische gezelligheid van toen: moeder mocht uit de keuken, iedereen werd kok, culinaire mislukkingen ('waar is mijn balletje?') werden hilarische hoogtepunten van die beigegetinte avonden. In de jaren negentig beantwoordde de wok dan weer aan het 'lekker, gezond en snel' van een steeds jachtiger wordende tijd. Zijn exotische herkomst paste bovendien perfect bij het vrolijke kosmopolitisme van toen, een bonte ton waar ook de guacamole, de balsamicoazijn, de verse muntthee en de Buena Vista Social Club in dobberden. Na die New Yorkse septemberochtend in 2001 lijkt die euforie grotendeels voorbij. De favoriete huishoudapparaten van het ogenblik zijn de Senseo en de thuistap, beide ontwikkeld door Philips in samenspraak met respectievelijk Douwe Egberts en Inbev. Ze horen bij dit prille millennium zoals de r&b, de vergrijzing en de onlineonthoofdingen. De senseo en de thuistap zijn geen grimmige producten, verre van. Ze zijn gezellig. En ze ontleenen die gezelligheid aan het feit dat ze iets uit de openbare ruimte binnenskamers brengen. De kroeg en de taverne staan voortaan op het aanrecht. Wokken was, hoe naïef ook, altijd een beetje reizen, maar voor de perfect romige koffie en de volmaakt getapte col – toch niet de meest exotische brouwsels – hoeven we voortaan zelfs de deur niet meer uit.

2 Het jaar 2005 zal niet de geschiedenis ingaan als het jaar van de grote omwenteling of de beslissende gebeurtenis, nee, maar het is wel het jaar waarin een maatschappelijke tendens sluipenderwijs maar inmiddels onmiskenbaar ons denken en handelen is binnengedrongen. Het is de tendens van 'binnen is het beter, buiten is vol dreiging', het is de angst voor de *urban jungle*, het terugplooiën op de eigen haard, de achterdocht voor de buitenwacht, het is de veiligheidsreflex. Het schichtig piepen vanachter de gordijnen is allang niet meer het alleenrecht van bejaarde vrouwtjes, maar behoort stilaan tot de wezenskenmerken van onze volksaard. Hoor wie klopt daar, Vlaanderen?

3 Als je het eenmaal door hebt, zie je het overal. De televisie is een homecinema geworden met dolby surround en kamerbrede plasmaschermen. 'Ga zitten en onderga een allereerstende blik en luisterverruiging bij u

Laat eens een eenzame uit

Met de Senseo en de thuistap hebben we het café binnenskamers gehaald. Met de homecinema de bioscoop. Steeds meer functies uit het openbare leven trekken we naar binnen: daar is het knus en veilig. Maar wat blijft er over van de publieke ruimte als we ons eenmaal verschanst hebben? Een dreigende kale vlakte, bij voorkeur te doorkruisen per terreinwagen met gps. **Angst is de architect van onze welvaart. David Van Reybrouck vraagt zich af waar die angst vandaan komt. En, omdat Kerstmis nadert, of die wel zo onvermijdelijk is.**

DAVID VAN REYBROUCK / FOTO'S TIM DIRVEN

liever laten we ons op kamertemperatuur rondrijden door de computerstem van de nóchtrans niet geheel onfeilbare gps.

4 Iemand voorspelde me laatst: 'Het duurt geen vijf jaar meer of kinderzitjes achter in de auto hebben hun eigen videoschermje, net zoals vliegtuigzetels.' Hij was verschrikkelijk mis. Nog geen vijf weken na die uitspraak stond ik aan het stoplicht naast een monovolume. Op de achterbank zat een kind, bron van veel geluk. Voor hem toonde een privéschermje zijn ongetwijfeld zelfgekozen tekenfilm. De dreumes keek, tot mijn nukkige tevredenheid, verveeld naar buiten.

5 Dat luxejeeps inmiddels niet meer ingeschreven kunnen worden onder het fiscaal voordelige regime van de lichte vrachtwagen heeft de verkoop alvast niet gedrukt. In 2004 werden er meer dan 33.000 terreinwagens ingeschreven, in 2005 zal de verkoop wellicht oplopen tot 40.000. In twee jaar tijd rijden dus, in België alleen al, alle bewoners van een stad ter grootte van Leuven rond in een gloednieuwe 4x4. Stoer, functioneel, avontuurlijk, het zal wel, maar de ruwste track waarop de meeste van die offroaders zich wagen gaat toch niet verder dan de oprit van brikkeljon. Vanwaar dan toch hun succes?

wordt met de sportieve openheid van de cabriolet of de vrijheid-blijheid van de sportwagen, maar met een dicht gepantserd, bijna militair voertuig dat zich hoog boven het plebs verheft en zich een weg walst door de mangrove van de ochtendspits. Asociaal machogedrag? Nee, het design van luxejeeps is het design van de angst: bunkers op wielen zijn het. Wat de atoomschuikelder voor de koude oorlog was, is de luxejeep voor de *war on terror*: een verlangen naar bescherming in een wereld vol angst. Die angst is uiteraard begrijpelijk in een steeds complexer wordende wereld. Maar dat hij in hoge mate wordt aangezwengeld door media, politiek en commercie raakt al te vaak vergeten.

6 Yoghurt nu. Zelfs in de zachte sector van de zuivelproducten gaat het er bikkhard aan toe. Danone prijst zijn bijzonder populaire flesjes Actimel, een gefermenteerde melkdrank vol vermeend heilzame bacteriën, aan met de slagzin: 'Versterkt je natuurlijke weerstand en beschermt je beter tegen aanvallen van buitenaf.' Pardon? Aanvallen van buitenaf? Staat dat er echt? Is nu ook zelfs het lichaam een fort dat, net zoals het huis en Europa, dringende verdediging behoeft? Wie de Actimelfolder *Goede bacteriën die ons helpen te beschermen* leest, moet wel tot dat alarmerende besluit komen. De werkbare bacterie, zo zegt de folder, helpt de drie verdedigingslijnen van de darm te versterken

voorzetsel is weg. Plotseling, onopgemerkt, foetsie. Niets scheidt het 'ik' nog langer van het merk. Ik ben Base, zoals anderen blank of moslim zijn. En die schaamteloze identificatie van verbruiker met handelswaar heet dan "*freedom of speech*".

Zou het niet kunnen dat ik mijn identiteit gewoon bij elkaar koop? En dat mijn freedom of speech een illusie is (zoals die paar honderd Base Unlimitedklanten onlangs letterlijk mochten ervaren), een illusie die de markt mij zo graag voorhoudt? Proximus brengt mensen dichterbij, ja, maar waarbij? Bij elkaar? Bij hun geweten? Hun drijven? Of bij het bedrijf waarmee men zich identificeert? Mobistar heeft een abonnementstype genaamd 'My life', met als ondertitel 'de formule die is zoals u'. Ik wil geen koopwaar die zich 'My life' noemt en ik wil al helemaal geen formule die is zoals ik – dat is niet goed voor die formule.

Wat heeft dat nog met de openbare ruimte te maken? Alles. De openbare ruimte is bij uitstek de ruimte van de burger. Maar als diezelfde burger zich terugtrekt uit de openbaarheid en zich gewillig laat herleiden tot een kritiekloze consument die zijn fictieve angst verkoopt in ruil voor een nog fictievere vrijheid, dan geven we wel een bijzonder dierbaar goed op: het kritisch-maatschappelijke debat, toch nog altijd de motor van een democratie.

Geen paniek. Ik heb niets te verliezen. Ik ben niet meer dan een deel van een bijzonder vergankelijk lichaam.

Als ik zeg dat ik niet waanzinnig ben, dan bedoel ik dat niemand psychisch gezond of 'normaal' is. In mijn optiek is iedereen gek en iedereen gekker dan hij zelf kan beseffen. Iedereen zelfs, me dunkt, is gekker dan ik. Dat denkbeeld alleen al bewijst dat ik even gek ben als eender wie.

Sinds kort doe ik enkel nog waar ik zin in heb en zelfs dat niet meer.

Ik heb, ik ken geen richting. Mijn wijsvinger heeft niets gemeen met de naald van een kompas. Is wat mij betreft alleen geschikt om er een trekker mee over te halen.

Alles blijkt achteraf altijd zijn nut te hebben gehad. Maar mijn dankbaarheid daarvoor getuigt van niets anders dan van mijn altruïsme.

Ik probeerde gelukkig te zijn. Dat had ik beter kunnen laten.

Ik wilde sympathiek lijken en streefde andermans hond. Hij beet mij in de hand. Ik vermomde mijn kreet van pijn in een gier van plezier. Ik bleef het dier glimlachend strelen en noemde hem 'een kapoen'.

Ik heb nu al medelijden met de schuldelozen op wie ik mij zal wreken.

Ook in mijn andere hand beet hij mij.

Ik heb het altijd zelf gezocht. Alles wat mij overkomt, heb ik mijzelf aangedaan. Geen grotere foltering dan de wetenschap dat ik telkens weer slechts het slachtoffer ben van de beul die ik blijkt te zijn. Enkel de gedachte dat zulks nooit veranderen zal, is misschien nog ondraaglijker. Enkel de zekerheid dat ik deze zinnen met evenveel recht zal kunnen schrijven in het jaar 2015.

Mijn enige troost is gelegen in zondebesef, zelfdestructie en ziekte. Doch al te vaak voel ik mij kiplekker.

Er schuilt een niet te blussen wanhoop in mij. Er schuilt zoveel in mij. Ik ben een soort van vluchthuis voor gevoelens die zich smakkend te goed doen aan mijn ziel en vet en vadsig worden. Ze lummelen rond en bewaken mijn poorten. Ik krijg ze met geen stokken buiten. Nooit gaan zij nog uit mij vandaan.

's Nachts richten zij feesten aan en houden mij wakker tot het bijna middag is.

Het is geen leven, zou je zeggen, maar dat is het dus wel. Het heeft alle kenmerken van een leven. Het eindigt, nooit.

Het loopt gewoon slecht af.

3 Als je het eenmaal door hebt, zie je het overal. De televisie is een homecinema geworden met dolby surround en kamerbrede plasmaschermen. 'Ga zitten en onderga een allesomvattende kijk- en luisterervaring bij u thuis', belooft Philips over haar *home theatres*. Dat die allesomvattende ervaring al een eeuw lang in de bioscoop te vinden valt, sukkelde in het niets bij de vrijwillige ophokplicht. Het bioscoopbezoek liep dit jaar met 12 procent achteruit, in Nederland zelfs met 20 procent. Panasonic en Sony brengen inmiddels plasmaschermen op de markt met diagonalen van meer dan anderhalve (!) meter. Die van Sony kost 25.999 euro, zag ik vorige week in een glossy brochure. Ik dacht dat het een drukfout was en belde even naar de vakman in mijn buurt. Nee, nee, dat was wel degelijk de prijs, zei hij, maar hij kon me wel 1.500 euro korting bieden. Een maandloon, quoi.

De badkamer lijkt stilaan een openbare sauna en de keuken kreeg de inoxallures van

deigie alleen al, alle bewoners van een stad ter grootte van Leuven rond in een gloednieuwe 4x4. Stoer, functioneel, avontuurlijk, het zal wel, maar de ruwste track waarop de meeste van die offroaders zich wagen gaat toch niet verder dan de oprit van brikkeljon. Vanwaar dan toch hun succes?

Een internationale enquête van de testorganisatie Euro NCAP toonde dit najaar aan dat, op prijs en functie na, veiligheid het doorslaggevende criterium is bij de aankoop van een wagen. Veiligheid voor de inzittenden, welteverstaan. Een genereuze 83 procent van de ondervraagden had het over de veiligheid van de voorste passagiers, slechts 56 procent vermeldde de veiligheid van volwassen voetgangers op straat. Binnen versus buiten, dat onderscheid moet gemaakt.

De autofabrikanten van terreinwagens volgen die perfile logica. Dat vakbladen als *Injury Prevention* en *Accident Analysis and Prevention* inmiddels de treurige vaststelling maakten dat voetgangers tot 3,5 keer zoveel kans hebben om zwaargewond te raken of te overlijden na een

**et is een onthutsende vaststelling:
angst is vandaag de aller-
allerbeste marketingtruc, zowel
in de commercie als in de politiek**

een sterrenrestaurant. Om een *stukske* van de wereld te zien of te proeven, moeten we niet meer onze paletot aantrekken. Bij Selexion noemt men de keuken inmiddels 'de cockpit van het goede leven'. Zowaar! Controle, overzicht, vrijheid! En ze voegen eraan toe dat hun dealers graag helpen 'bij het samenstellen van het keukenlandschap van uw dromen, waarna het alleen nog genieten is... van de maaltijd en de gezelligheid'. Cockpit, keukenlandschap, dromen, genieten, gezelligheid: onze indoorvreugde kent waarlijk geen grenzen. Of juist wel, want daar gaat het net om: grenzen. We halen de buitenwereld binnen en grendelen ons vervolgens af. En als we ons dan toch in de grote, boze buitenwereld moeten begeven, doen we dat bij voorkeur met een terreinwagen, knopjes naar beneden, raampjes omhoog, airco aan. De weg vragen we niet langer aan een onbekende voetganger, *gij zijt zot zeker,*

aanrijding met een 4x4 als met een personenwagen lijkt hen nauwelijks te deren. De Jeep Grand Cherokee kreeg na uitvoerig testen van Euro NCAP vier sterren voor de veiligheid van de inzittenden en geen enkele voor die van de voetgangers. Het verhindert de trotse website van de constructeur niet om *invincibility* als een van de hoogste troeven van het vehikel te roemen. Onoverwinnelijkheid! De BMW X5 haalde de maximumscore van vijf sterren, maar voor voetgangersveiligheid werd het er slechts eentje. Spijtig. Ja, dat schenkt toch een heel andere invulling aan de slogan waarmee ze bij BMW hun model aanprijzen: "Once you get to know the X5, you'll soon forget the meaning of the word 'compromise'."

Uiteraard is de terreinwagen een luxeobject, daar is op zich niets mis mee, maar het fascineert om te zien hoe, in de loop van slechts een paar jaar tijd, luxe niet langer geassocieerd

echt? Is nu ook zelfs het lichaam een fort dat, net zoals het huis en Europa, dringende verdediging behoeft? Wie de Actimelfolder *Goede bacteriën die ons helpen te beschermen* leest, moet wel tot dat alarmerende besluit komen. De werkzame bacterie, zo zegt de folder, helpt de drie verdedigingslijnen van de darm te versterken. Wij citeren zonder verpinken: '1ste verdedigingslinie: de indringers verjagen...'; '2de verdedigingslinie: de deur vergrendelen...'; '3de verdedigingslinie: algemene mobilisatie...' Het staat er echt.

Is dat slechts beeldspraak? Ja, wellicht wel, maar beeldspraak is nooit onschuldig, want kenelijk legt dat agressieve, militaristische taalgebruik Danone geen windeieren. Actimel kwam pas enkele jaren geleden op de markt en moest onmiddellijk opboksen tegen het Japanse Yakult, een product dat zeventig jaar geleden werd ontwikkeld door Dr. Shirota en sinds tien jaar zijn plaats op de Belgische markt had verworven - met 110.000 trouwe consumenten als resultaat. In nauwelijks een paar jaar tijd bereikte Danone echter 200.000 nieuwe klanten. Yakult, ter verduidelijking, heeft het niet over 'aanvallen van buitenaf', maar zegt dat het product 'bijdraagt tot het evenwicht van de darmflora'. Dat is iets schroomvoller en meer in lijn met de stand van het onderzoek, maar de consument lijkt vooralsnog meer gecharmeerd door het doemscenario van Danone. Ook nog ter info: Danone (omzet in 2004: 13,7 miljard euro) heeft Yakult inmiddels voor 19 procent opgekocht, kwestie van zich te beschermen tegen aanvallen van buitenaf.

Het vreemde is: men zou Actimel ook helemaal anders kunnen aanprijzen. Men zou kunnen zeggen dat het lichaam niet bedreigd wordt, maar juist gebaat is met invloeden van buitenaf (voeding, drank, lucht, een flesje Actimel). Maar dat doet men niet, dat zou niet werken. Een heilzame buitenstaander? Dat klinkt alsof buitenlandse werknemers tot de Europese arbeidsmarkt moeten worden toegelaten om de vergrijzingsproblematiek te bekampen. En dat willen we niet, want wat van buiten komt, zijn aanvallen. Actimel is niet iets van buitenaf, we halen het niet uit de koelrekken van de supermarkt, de flesjes komt niet uit de zuivelfabrieken van Danone. Nee, het is iets wat met het lichaam samenvalt. Actimel zit vanbinnen, het is een vriend, een goede bacterie. Ik ben Actimel.

7 Die volstrekke gelijkschakeling tussen consument en product wordt nergens meer nagestreefd dan in de wereld van de mobiele telefonie. Toen Belgacom nog een stalinistisch overheidsbedrijf was, vroeg je om een aansluiting en 'werd je abonnee', een half jaar nadien. Dat was simpel. Nu, in dit immer hippere millennium, word je Base. Ben je al Base? Maak iemand anders dan Base! Men is niet bij Base, men is Base. Het veiligheidsdenken kruipt zozeer in onze taal dat het de syntaxis herschrijft. Het

document die zijn fictieve angst verkoopt in ruil voor een nog fictievere vrijheid, dan geven we wel een bijzonder dierbaar goed op: het kritisch-maatschappelijke debat, toch nog altijd de motor van een democratie.

8 Nog meer Actimel. In de loop van 2005 lanceerde de Danonegroep de Actimel Challenge, een verkoopactie die klanten aanmoedigde om twee weken Actimel te drinken. Indien ze na afloop geen verschil voelden, kregen ze hun geld terug. "Feel the difference in two weeks!", dat was de slogan. Wat dat verschil moest zijn en hoe dat uitgedrukt moest worden bleef allemaal uiterst vaag. Bedoeling was uiteraard om mensen aan de yoghurt te krijgen; die paar zonderlingen die daadwerkelijk de moeite namen om in hun pen te kruipen zou men wel met de glimlach terugbetalen. Dankzij de Actimel Challenge werd in Engeland het product marktlieder van de probiotische drankjes, met een marktaandeel van maar liefst 70 procent. Fijn.

Maar niettemin: eerst een probleem creëren (aanvallen van buitenaf), vervolgens zelf een oplossing beloven (voel het verschil!), op korte termijn bovendien (binnen de twee weken!), zonder te specificeren waarin dat verschil bestaat (nee, dat stond er niet bij), het voelt allemaal zo akelig vertrouwd. Het doet allemaal zo verschrikkelijk denken aan de retoriek van de pikzwarte partij in Vlaanderen. Ook daar wordt het gevaar opgeklept en uitgebuit, ook daar belooft men een oplossing, ook daar is de inspanning klein (een bolletje rood maken, een botteltje drinken, ach wat), ook daar ligt de verlossing in het verschiet (in 2006, bij de gemeenteraadsverkiezingen), ook daar moet men blindelings op hen vertrouwen. Maar wat die oplossing moet zijn is stukken minder duidelijk dan het Grote Gevaar dat ons dagelijks bedreigt. Het is een onthutsende vaststelling: angst is vandaag de aller-, allerbeste marketingtruc, zowel in de commercie als in de politiek.

9 Ik moet de laatste tijd vaak denken aan de grote Duitse socioloog Jürgen Habermas. Meer dan veertig jaar later geleden publiceerde hij zijn monumentale studie *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, de structurele transformatie van de openbaarheid. Hij argumenteerde dat in het moderne Europa van de achttiende en negentiende eeuw een burgerlijke samenleving was kunnen ontstaan doordat individuen weigerden om nog louter onderdanen te zijn die moesten dansen naar de pijpen van de vorst of de keizer. Die individuen besloten om samen te komen en te debatteren over politiek, cultuur en samenleving. "De burgerlijke openbare ruimte", zegt Habermas, "moet bovenal gezien worden als de ruimte waar privépersonen samenkomen om een publiek te vormen." En hij voegde eraan toe dat het nieuwe fenomeen van pubs, cafés en salons dat maatschappelijke de-



bat bevorderde. En later kreeg je theaters en kranten en parlementen, allemaal openbare plekken waar de bewoners van een streek of land zich moeiden met het beleid, waar de burgers de democratie vormgaven. Maar al in de jaren zestig merkte Habermas op dat de openbare ruimte, bijvoorbeeld op de Duitse televisie, in toename werd ingepalmd door entertainment, door commercie en door allerlei loze programma's die vrijheid beloofden maar verdwazing inhielden.

10 Terwijl ik dit schrijf, kuieren er beneden op straat duizenden mensen op de Brusselse kerstmarkt. Waar maak ik me eigenlijk druk over? Maar dat is precies het punt: dat de openbare ruimte pas weer aantrekkelijk is wanneer hij wordt ingericht als kneuterige, huiselijke gezelligheid. De valse nostalgie opgetrokken uit mottige tuinhuisjes en spuitbussen poedersneeuw is ons kennelijk liever dan een paar simpele economische waarheden. Nee, niet die van de platte mercantilisering. Als ik die verkleumde neringdoenden achter hun pottekjes gekonfijte vijgen of marmieten met glühwein zie staan, vrees ik niet zozeer dat het kindeke Jezus het ook dit jaar weer moet afleggen tegen de Grote Commerce, maar wel dat de blijde, blinde leugen zo massief regeert. Want achter het churroskraam en de draaimolen zitten de daklozen van het Sint-Katelijneplein zorgvuldig weggevoerd. In het kerkportaal overwinteren ze met stukken karton en rafelige dekens: een alternatieve kerststal die niemand wil zien. In België, zo bleek dit jaar uit de cijfers van de Antwerpse universiteit, leeft 15,2 procent onder de armoedegrens, 7 procent daarvan zelfs langdurig. De cijfers waren in geen decennia zo hoog. Ben je al Base? Nee, ik ben arm.

11 Wij willen geen burgers meer in de openbaarheid. Geen daklozen, geen migranten, geen bejaarden. In zomer van 2004 kregen de allochtone bewoners van Sint-Truiden een brief van burgemeester Vandenhove: 'In de zomerperiode hebt u de gewoonte om samen te gaan staan in groepjes, vooral in het centrum. Hoewel dit niet verboden is, is dit bij ons niet de gewoonte en komt dit bij de eigen inwoners soms nogal bedreigend over.' Zou dat zo zijn? Autochtone bejaarden in Tongeren komen nog altijd graag samen op straat. Maar afgelopen week liet burgemeester Carmen Willems de bankjes wegnemen omdat deze 'stoorsenioren' of 'hangouderen' overlast zouden bezorgen. Wij trekken ons niet alleen terug, wij eisen dat ook de anderen zich terugtrekken. De stad moet zijn als een maquette: leeg, kil, een paar haastige poppetjes. Dat zijn wij, op weg naar onze homecinema.

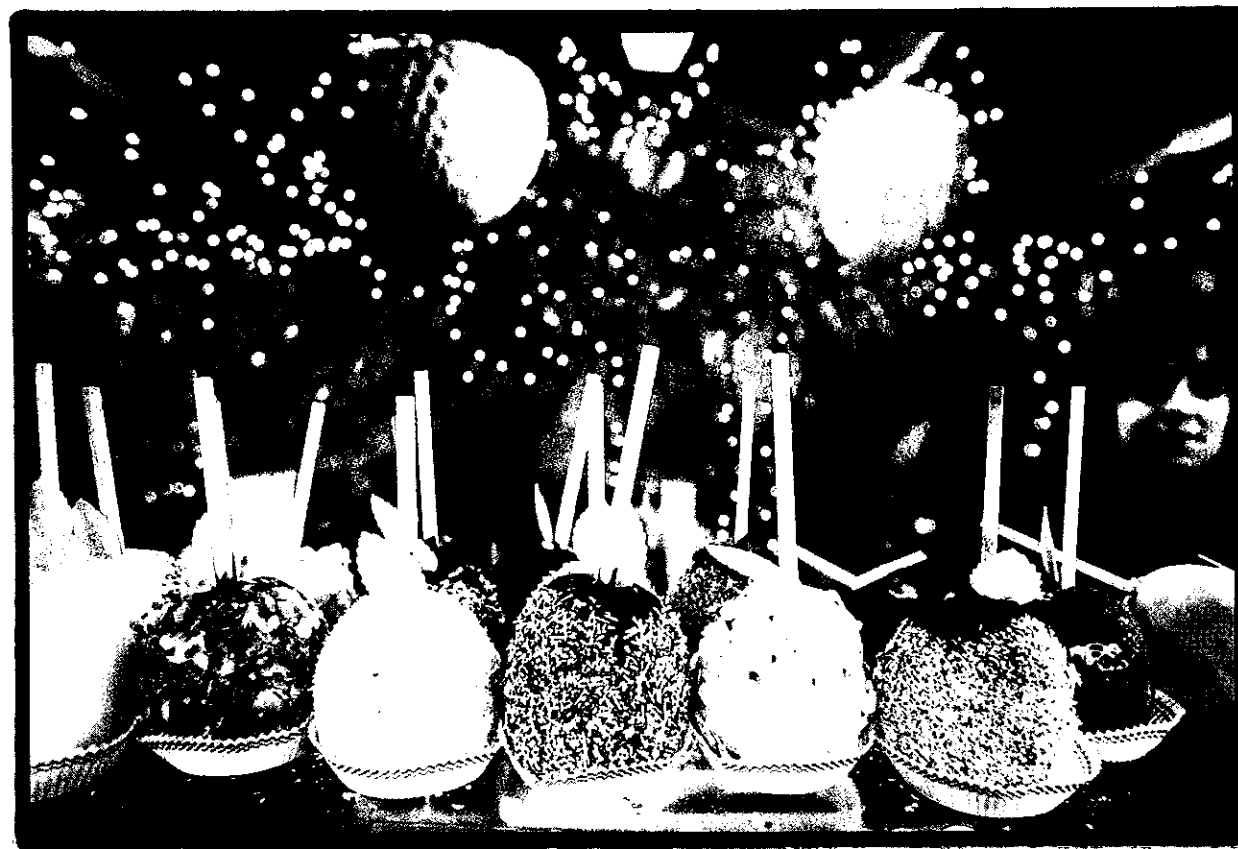
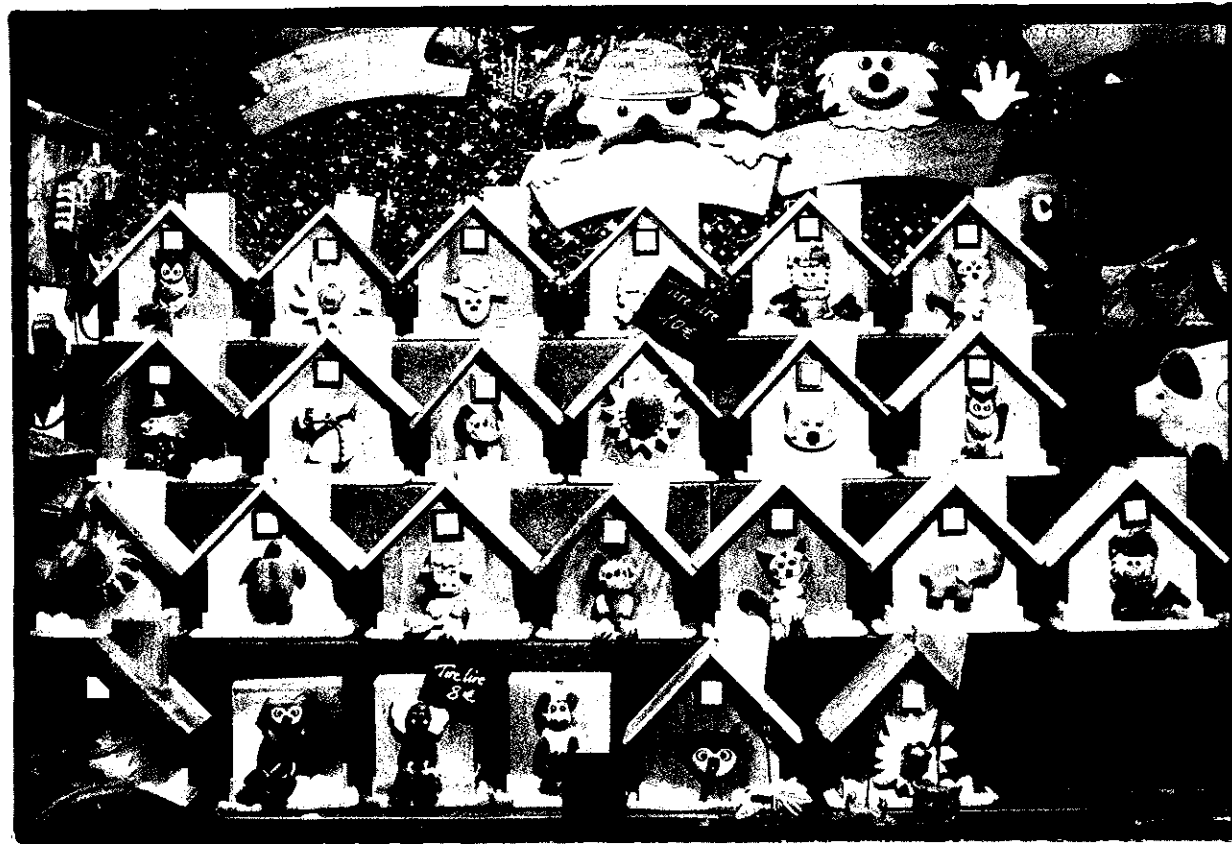
12 Wij zijn dol op angst. We likkebaarden ervan. We

14 Binnen/buiten: de laatste twintig jaar werden er jaarlijks 15 tot 20 procent meer aircos verkocht dan het jaar ervoor. De kern van de aircos: wij willen koelte, *n'importe* dat we daarmee de planeet opwarmen. De kern van de pillenslikker: wij willen geen generisch medicament, *n'importe* dat we daarmee de gezondheidszorg draineren. De kern van het vakbondsprotest: wij willen ons pensioen, *n'importe* dat we daarmee onze eigen kinderen pluimen. Was de sociale beweging ooit gegrondvest op solidariteit, nu sluiten we ons eigen nageslacht buiten.

15 Opa spreekt: vroeger maakten wij een sneeuwman in de voortuin en die keek en zwaaide naar de straat. Nu hangen ze een kerstman aan de gevel en die kijkt alleen naar binnen.

16 De veiligheidsreflex woekert in Vlaanderen, maar in Zuid-Afrika heb ik er de uitwassen van gezien. Eerst: huizen met een gebarricadeerde voordeur, vervolgens: huizen zonder voordeur. Men rijdt binnen onder het huis, de garagepoort valt dicht, dan pas stapt men uit. Bezoek haalt men af met de wagen. Gaan werken doet men met de wagen. Parkeren doet men onder het bedrijf. De openbare ruimte? Een tunnel waar men zo snel mogelijk doorrijdt. Men leeft in luchtballen met security, onderling verbonden met corridors van gevaar. De *gated communities*, de ultrabeveiligde dorpen van Zuid-Afrika en de VS, hebben we in Vlaanderen gelukkig nog niet, althans: niet als permanente verblijfplaats. Maar ze zijn er wel. Het immer blijmoedige bedrijf Center Parcs belooft 'zorgeloos genieten' in een 'wereld op zich met rust, ruimte en aandacht voor alles wat groeit en bloeit'. Ook bij ons zijn de veilige reservaten in volle opmars en het eerste wat we beschermen is, rara, ons koopgedrag: kijk maar naar al die shopping malls en kerstmarkten met hun private security. Europa is inmiddels zelf een *gated community* aan het worden, Fortress Europe. En ook hier laten we het vuile werk over aan een security waar de politiek niet voor in hoeft te staan: het waren Marokkaanse douaniers die in september met scherp schoten op West-Afrikaanse asielzoekers.

17 'Nodig eens een eenzame uit', stempelde De Post in een ver verleden op de kerstkaarten. De gedachten gingen dan automatisch uit naar de oma die net weduwe was, of de sukkelaar wiens vrouw met de noorderzon was vertrokken. De eenzame, dat was iemand buiten het huis. Maar inmiddels zit die binnen, opgehokt in zijn zelf afgegrensd panic room, te zweten in de eucalyptusdampen van zijn sauna. Tweehonderd mensen zullen er in 2005 voor de trein reizen zijn. België kent, na Zweden, de hoogste



'hangouderen' overlast zouden bezorgen. Wij trekken ons niet alleen terug, wij ziden dat ook de anderen zich terugtrekken. De stad moet zijn als een maquette: leeg, kil, een paar haastige poppetjes. Dat zijn wij, op weg naar onze homecinema.

12 Wij zijn dol op angst. We likkebaarden ervan. We consumeren het. Vanuit de cockpit van het goede leven verslinden we de berichten uit de buitenwereld. Het tv-journaal, zo stelde filosoof Frank Van de Veire onlangs, is een dagelijkse eucharistieviering. En elke onheilstijdiging bevestigt onze keuze voor veiligheid en schuift de grendel nog wat aan. *Moordenaars en hun motieven* van Jef Vermassen stond langer dan een jaar in de top tien van non-fictieboeken, meer dan 65.000 exemplaren vonden een koper. De strafpleiter was de bode die ons kwam vertellen over hoe het er in de ware wereld aan toeging. Wij huiverden en genoten.

Qua fictie wordt de top tien nagenoeg volkomen ingepalmd door thrillers en detectives (Aspe, Deflo, Brown). De succesvolste serie op de openbare televisie (*Stille waters*, *De zaak Alzheimer*, *Flikken*, *Windkracht 10...*) zijn variaties op het thema moord, recherche en noodhulp. Een gelijkaardige obsessie was er rond 1890 met Sherlock Holmes en in de jaren dertig met Agatha Christie. In beide gevallen ging het om periodes van ingrijpende historische omwenteling. De grote Britse historicus Eric Hobsbawm zei erover: 'Het genre (van de detective) kan het best gezien worden als een eigenaardige aanroeping van een sociale orde die bedreigd is maar nog niet gebroken.' De inspecteur, of hij nu De Cock, Van In of Morse heet, is telkenmale een wat oudere, blanke man, een baken van burgerlijke normen en waarden die structureel overhoop ligt met zijn oversten, want het systeem, belichaamd door die plichtbewuste commissaris, is verrot. De detective beschrijft de chaos van de buitenwereld, maar herstelt de vertrouwde orde.

En daarnaast doen wij ons te goed aan de geneugten van ons indooruniversum. *Van aardbei tot zweepje* over het *Vaginaboek* tot *Seksuele intelligentie*: wij genieten zolang het kan, wij noemen seks die ons wordt voorgedaan, uitgelegd en aangesmeerd onze allerhoogste vrijheid, het summum van onze knusse veiligheid. De stem van de dakloze, van een generatie getalenteerde maar niet getolereerde jongeren, van Afrikanen die in de woestijn over de afrastering van Ceuta en Melilla klauteren, van zij die doodvriezen in het landingsgestel van een Boeing, al die stemmen gaan verloren in het steeds heftiger gehijg van ons klaarkomen dat niet meer ophoudt - tot het ophoudt.

13 En ja, er is *Fata morgana* op televisie. En SAM. En er zijn buurtfeesten op straat. Maar net het feit dat het hier telkens om goedbedoelde initiatieven gaat (ter stimulering van de gemeenschapszin in dorpen, wijken en buurten), bevestigt hoe droevig het is gesteld met een spontane invulling van de openbaarheid. De geplande *Hoopshow* voor de slachtoffers van de aardbeving in Pakistan kwam er alleen na uitdrukkelijk verzoek van mediaminister Geert Bourgeois. De berichtgeving over die aardbeving (honderdduizend doden!) raakte ondergesneeuwd in de psychose veroorzaakt door een handvol dode ganzen in Roemenië en Griekenland, de voorbodes van een vogelgriep waarover we sindsdien niet meer gehoord hebben en die voor de mens nooit gevaarlijk was.

1 / Post in een ver verleden op de kerstkaarten. De gedachten gingen dan automatisch uit naar de oma die net weduwe was, of de sukkelaar wiens vrouw met de noorderzon was vertrokken. De eenzame, dat was iemand buiten het huis. Maar inmiddels zit die binnen, opgehokt in zijn zelf afgegrendelde panic room, te zweten in de eucalyptusdampen van zijn sauna. Tweehonderd mensen zullen er in 2005 voor de trein gesprongen zijn. België kent, na Zweden, de hoogste zelfmoordcijfers in West-Europa. Drie per dag.

18 Een tijd terug ging ik in Schaarbeek *classeurs* kopen in een kantoorboekhandel. "Het zijn de allerlaatste", zei de verkoper. Hij droeg een groene stofjas, lang geleden dat ik dat zag. Maar hij hield ermee op. Nee, het was niet dat hij in een migrantengetto werkte, dat viel best mee. Het was Viking Direct die hem de das omdeed. Kende ik dat bedrijf?

En of ik dat kende! Al zes jaar lang ontvang ik gevraagd hun catalogi in mijn brievenbus. Het Overpeltse postorderbedrijf lijkt er hardnekkig van overtuigd dat men beter niet langer naar de kantoorboekhandel stapt, maar van thuis uit de potloden en mappen bestelt. Dat is hun recht, maar ik heb het mijne. Beleefd belde ik hen tot vijf keer toe met de vraag of ze mij uit hun adressenbestand konden schrappen. Uiteraard, natuurlijk, geen probleem, klonk het aan de andere kant. Het zou in orde komen.

Het kwam niet in orde. De rommel bleef toestromen. Ik kende dat bedrijf niet, had er nooit iets besteld, wou er niets mee te maken hebben. Ik ben een citoyen, geen konijn dat naar een lichtbak zoekt. Ik retourneerde hun zendingen, loog dat ik verhuisd was, schreef een aantal keren 'décédé/overleden' bij mijn naam, in de ijdele hoop dat ze mij in het hiernamaals toch met rust zouden laten. Dat deden ze niet. Zelfs na mijn zelfverklaarde verscheiden, vond de marketingafdeling, moest ik nog steeds hun perforators kunnen bestellen.

Een streng, doch correct schrijven mijnerzijds naar het comité van toezicht van het Belgisch Direct Marketing Verbond bracht geen soelaas. Ja, ik kreeg wel antwoord. Nee, het zou nooit meer gebeuren. Viking Direct had dat plechtig beloofd, ze zouden erop toezien, etcetera. Een jaar later en menige verkoopscatalogus verder zag ik mij genoopt een tweede, ietwat toorniger brief op te stellen. Ik nam me voor in de publieke ruimte van mijn oren te maken. Het bleef stil, aangenaam stil, mag ik wel zeggen. Tot ik op een ochtend uit bed werd gerinkeld. Ik daalde mijn drie verdiepingen af en werd begroet door een koerier die mij een gigantische doos van Viking Direct overhandigde. "Maar ik heb helemaal niets besteld", wou ik nog stamelen toen de deur al dicht ging. Boven vond ik een brief in de doos. Dat al mijn gegevens verwijderd waren (hoera!), dat ik de catalogi niet meer zou ontvangen (wat vals bleek, inmiddels kreeg ik er alweer zeven) en dat ze zich voor het ongemak wilden verontschuldigen met bijgevoegd geschenk. Een postorderbedrijf dat begreep dat ik de openbaarheid niet wenste te schuwen, niet wenste ingepalmd te zien door de platte commercie, wat konden die mij schenken? Een wandeling door Brussel? Een goed gesprek op café? Lectuur van een opiniepagina? Een bankje uit Tongeren? Ik graaide in het piepschuim van hun zending. Toen stortte mijn wereld in. Tussen het karton en het plastic en het piepschuim stak... een Senseo-automat.