

'Herinneringen maken' is misschien wel net zo erg als een bucketlist



Door [Hans Van Willigenburg](#) - 13 maart 2025
Geplaatst in [Taal](#)

De knipseldienst van *Wynia's Week* ziet de frequentie van de uitdrukking 'herinneringen maken' het laatste jaar met sprongen toenemen. Of het nu organisaties zijn, individuen of zomaar wat vrienden bij elkaar: steeds vaker luidt de opdracht, vaak met enthousiasme en een air van daadkracht uitgesproken, dat er 'herinneringen gemaakt' moeten gaan worden. Puur taalkundig is het een weinig fraaie herformulering van de Engelse uitdrukking '*making memories*', maar dat is nog een van de lichtste vergrijpen die je aan deze plotseling populaire uitdrukking kunt toeschrijven.

De sector die zich het vaakst bezondigt aan de nieuwe mode van het 'herinneringen maken' is zonder twijfel die van de touroperators. Deze branche kan allang niet meer terugvallen op het zorgeloze imago van het faciliteren van bruin worden, onder de parasol liggen en betaalbaar dineren bij zonsondergang. Sinds de opkomst van het klimaat-issue kijkt de politiek namelijk structureel zuinigjes naar de CO₂-uitstoot van al dat vliegverkeer richting zon. En ligt het verwijt van overbodigheid constant op de loer. Waardoor er allerlei maatregelen dreigen die de zonzakantie fiks duurder maken, zoals de veelbesproken en omstreden vliegtaks.

O zo 'inspirerende' vakanties

Door te suggereren dat reizen een spirituele behoefte bevredigt en de betekenis van vakantie veel verder reikt dan luieren, uitbuiken, drinken, eten en wegdoezelen, en hun klanten in en rond hun hotel of appartement druk zijn met 'herinneringen maken', tracht de reisbranche dat minder florissante gezicht naar de achtergrond te duwen. En doen touroperators niets liever dan zich positioneren als

'Herinneringen maken' is misschien wel net zo erg als een bucketlist

leveranciers van *welzijn*; bijvoorbeeld via korte interviews waarin klanten getuigen van het plezier waarmee ze terugkijken op hun o zo 'inspirerende' dan wel 'onvergetelijke' vakantie.

Achter deze switch van zakelijke reisorganisator naar invoelende heemeester van de ziel gaat behalve een gewenste imagooverandering ook een cultuurswitch schuil. De toerist - als verzinnebeelding van westers consumentisme, en als wansmakelijk uitgedoste petjes- en gymschoenendrager - is niet langer de ambassadeur van de reissector, maar het weg te moffelen bijverschijnsel. Hoewel er heus nog volop gezopen, gegeten, gefeest en gevreeën zal worden aan en rondom de Zuid-Europese stranden en elders, zoomt de hedendaagse touroperator liever in op het particuliere genot dat aan rustieke dorpjes, uniek natuurschoon en bijzondere musea te beleven valt. De moderne zeden schrijven namelijk voor dat de 'gemaakte herinneringen' niet vulgair zijn, maar verheffend.

Ofwel, veel belangrijker dan dat je helemaal uitgerust en uitgeraasd thuis weer in de bank ploft is het dat je innerlijk een *rijker mens* bent geworden, met, dankzij jouw vakantie, zoveel meer 'gemaakte herinneringen' in voorraad om geestelijk uit te putten.

Of de uitdrukking 'herinneringen maken' vanuit de reissector is overgewaaid naar het dagelijks leven of geheel zelfstandig aan een veroveringstocht is begonnen is niet geheel duidelijk. Maar feit is: je hoort het te pas en te onpas gebruikt worden, niet in de laatste plaats in je eigen omgeving. Laatst stelde een vriend voor een rond het thema 'witbier' samengestelde kroegentocht af te leggen in een zelden door ons bezochte studentenstad; met het ogenschijnlijke doel de onderlinge band na jaren weer aan te halen. Wellicht omdat hij zag dat er niet onmiddellijk werd toegehapt sprak hij, jawel, van de noodzaak samen 'herinneringen te maken', alsof er anders niets zou zijn om op terug te vallen en herinneringen steeds ververst dienen te worden om ze voor irrelevantie te behoeden.

Gecamoufleerde leegte

Hoewel de kroegentocht uiteindelijk in een gemoedelijke sfeer verliep, bleef de geest van ondergetekende afdwalen naar die ogenschijnlijk toenemende ambitie 'herinneringen te maken'. Met het onaangename gevoel dat de uitdrukking staat voor het camoufleren van een immense, innerlijke leegte; voor de angst een ijskastdeur in het eigen hoofd te moeten openen en beschaamd te ontdekken dat daarachter geen herinneringen liggen opgeslagen, of alleen *belegen* herinneringen waarvan de houdbaarheidsdatum verstreken is.

Opeens doemde de gelijkenis met het hijgerige begrip *bucketlist* op: een wensenlijst van spectaculaire activiteiten zonder welke je leven niet compleet zou zijn. En die je er - net als bij dat 'herinneringen maken' - toe verplichtte regelmatig uit je dagelijkse gelummel wakker te schieten om dringend iets *onvergetelijks* te ondernemen of te ondergaan.

Na de genoemde kroegentocht, half wegdommelend op de bank, resteerde er gelukkig nog een voldoende heldere geest. Een geest die zich afvroeg of de maakbaarheidsgedachte geen regelrechte

'Herinneringen maken' is misschien wel net zo erg als een bucketlist

belediging is van het fenomeen 'herinnering'. Is het magische en waardevolle van herinneringen nou juist niet dat ze er simpelweg *zijn*, dat je niet weet uit welke hoek van je brein ze tevoorschijn kruipen, dat ze om onduidelijke redenen een intensiteit bezitten die andere herinneringen wegdrücken en hoe dan ook nooit door iemand vooraf in scène zijn gezet onder het motto 'herinneringen maken'? Kortom, getuigt dat 'herinneringen maken' niet van onvoldoende respect voor de schoonheid van herinneringen? En is het niet ook een teken van een ongezonde drift het eigen brein te willen disciplineren? Het dankzij een reeks geregisseerde momenten te voeden in plaats van vrij spel te geven, met de touroperators, evenementenbedrijven en entertainmentreuzen als economische winnaars?

De behoefte om 'herinneringen te maken' heeft iets dwangmatig. En valt tot slot niet los te zien van de groeiende invloed van sociale media. Wanneer je muis en knipperende cursor te lang werkloos blijven, je niks te posten hebt en er daardoor geen hartjes en duimpjes meer jouw kant uit stromen, kilte zijn intrede dreigt te doen, verhoogt dat voor velen de druk om grappig, scherp, ontroerend of op een anderszins aantrekkelijke manier je aardse bestaan te bevestigen.

Digitale zegening

Iedereen kent het type foto waarop een gezelschap breed lachend staat afgebeeld of een groepje collega's gelijktijdig een duim omhoog steekt dan wel een voltallig gezin in de sneeuw of de zon naar een en hetzelfde punt zwaait: het zijn deze zogenaamd euforische momenten annex foto-ops annex korte videofragmenten die erom smeken gedeeld te worden, tijdlijnen een opkikker te geven en zoveel mogelijk anderen te overtuigen dat niet alleen 'alles oké' is in jouw leven, maar dat dat ook nog eens gezien en bevestigd wordt door een x-aantal mensen (liefst zoveel mogelijk). Waarmee 'herinneringen maken' het equivalent lijkt van een hedendaagse zegening, niet door een pastoor, een bisschop of andere religieuze gezagsdrager, maar door het collectief van digitale 'vrienden' of 'contacten'. Daarmee is het misleidende aan 'herinneringen maken' dat het eenmaligheid, intimiteit en exclusiviteit suggereert, terwijl precies het omgekeerde het geval is.

Uiteindelijk staat 'herinneringen maken' gelijk aan niets meer of minder dan een dwangbuis van conformisme.

Hans van Willigenburg (1963) is journalist, schrijver, dichter en podcastmaker. Zijn laatste boek is de interviewbundel ['Vrijheidsvuur'](#).

Wynia's Week verschijnt drie keer per week, **156 keer per jaar**, met even onafhankelijke als broodnodige artikelen en columns, video's en podcasts. U maakt dat samen met de andere donateurs mogelijk. Doet u weer mee, **ook in 2025**? Kijk [HIER](#). Hartelijk dank!