

Van meme tot mainstream

internetkunst, esthetiek en offline luxe in een postdigitale wereld

Author(s)

Roestenburg, Nadine

Publication date

2017

Document Version

Final published version

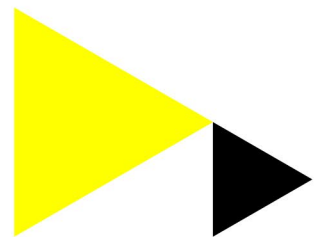
License

CC BY

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Roestenburg, N. (2017). *Van meme tot mainstream: internetkunst, esthetiek en offline luxe in een postdigitale wereld*.

**General rights**

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please contact the library: <https://www.amsterdamuas.com/library/contact>, or send a letter to: University Library (Library of the University of Amsterdam and Amsterdam University of Applied Sciences), Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

Van meme tot mainstream

Internetkunst, esthetiek
en offline luxe
in een postdigitale wereld

Voorwoord	3
Welkom in de postdigitale wereld	5
1 Internetkunst postinternet	23
1.1 Internetkunst	25
1.2 Postinternetkunst	41
1.3 Buzz: het nieuwe aura	65
1.4 Van meme tot mainstream	77
2 Nieuwe esthetiek	87
2.1 Pixels	95
2.2 Floppydisk/3D-geprint icoon	101
2.3 Glitches	107
2.4 Zien en gezien worden	116
2.5 New-aesthetic.tumblr.com (you can change this at any time)	131
3 De postdigitale conditie	143
3.1 Tweets en typemachines	149
3.2 Internet en nostalgie	154
3.3 19.145 foto's	164
4 Offline als luxe	177
4.1 Offline romanticisme	184
4.2 Online is een luxe	204
4.3 Techno-bewust	217
Internetenties	231
<3	241
Referenties	245
Eindnoten	247
Bronnen	256
Afbeeldingsbronnen	263

Voorwoord

Soms voel ik me jong en oud tegelijk. Het komt niet vaak voor, maar als het gebeurt hangt meestal wel ergens het begrip ‘postdigitaal’ in de lucht. Omdat het digitale niet voorbij is, maar juist overal. En omdat ik nog goed weet dat dat niet zo was. Het lezen van het manuscript van dit boek was weer eens zo’n moment, in de goede zin van het woord.

De persoonlijke en oprechte insteek waarmee millennial Nadine Roestenburg de vervlechting van leven, kunst en digitaliteit voor iedereen begrijpelijk schetst, vult een bescheiden maar met het jaar dieper gapend gat in de hedendaagse kunstliteratuur. Een gat dat ik vanuit mijn generatie X-perspectief heb zien ontstaan.

Om een idee te geven: als beginnend kunstjournalist typte ik mijn eerste artikelen nog op een typemachine, weliswaar elektrisch maar verre van digitaal. Ik was euforisch toen ik de eerste kleine Apple Macintosh het redactielokaal zag veroveren maar vloekte steeds vaker als floppies haperden en complete artikelen verdwenen. Ik zag geheugencapaciteit met sprongen groeien om er inmiddels weer in terabytes aan data uit te stromen. Ik leerde de kunstenaars kennen die zich ver buiten het gezichtsveld van de erkende hedendaagse kunstwereld op de digitaliteit stortten waarbij ze de computer en zijn talloze codes soms letterlijk kraakten. En ondanks alle voorvoegsels die ze een bijzondere outsiderstatus gaven, wisten zij als eersten ons razendsnelle digitale leven tot een onvermijdelijke postdigitale cultuur te smeden. En pas sinds kort kan ook het centrum van de kunstwereld niet langer om ze heen...

Mede daarom ben ik er trots op dat veel namen en projecten in dit boek verweven zijn met de inmiddels bijna twintigjarige geschiedenis van MU. Neem de eerste solotentoonstelling van het inmiddels legendarische en nog altijd invloedrijke internetkunstenaarsduo JODI, die in 2000 plaats vond in het oude MU in De Witte Dame in Eindhoven. Of Rafaël Rozendaal die zijn eerste tentoonstelling bij MU cureerde, toen nog als jongste Neenstar (Neen is een kunstbeweging die technologie, met name computers, gebruikt en misbruikt om onverwachte artistieke resultaten te creëren), om er meer dan tien jaar later zijn grote solotentoonstelling 'Soft Focus' te laten zien. Ook internationale digitaalpioniers, als Olia Lialina en Aram Bartholl, Evan Roth, James Bridle en Liam Young, kennen de weg naar Strijp S in Eindhoven, waar MU sinds 2013 gevestigd is.

Reden te meer voor MU om vol overtuiging dit boek nu uit te willen geven, omdat bovengenoemde kunstenaars er in figureren. Bovendien presenteert MU met Nadine Roestenburg als co-curator rondom de lancering een expositie die het internet tastbaar maakt onder de noemer 'Materialising the Internet', waarin eveneens diverse werken en makers die in deze publicatie beschreven worden samenkomen. Gezamenlijk geven zij, én wij, de postdigitale werkelijkheid nu en in de toekomst kritisch en met humor vorm. Dus laten we afspreken dat we vragen blijven stellen, het digitale tastbaar blijven maken maar vooral de boel weer openbreken als het allemaal te mainstream wordt.

Angelique Spaninks
Directeur/curator MU, Eindhoven





Kenneth Tin-Kin Hung, 60X1.COM.

op 11 september 2001 gooide hij het concept om. Sindsdien gaat het internetkunstwerk voornamelijk over politiek. Als je de website opent lijkt het alsof je op een digitale politieke kermis terechtkomt met overweldigende, drukke beelden, felle kleuren, beweging en geluid. De eerste pagina toont een kleurrijke, overvolle collage, met het Empire State Building, het hoofd van Arnold Schwarzenegger geplakt op vrouwenlichamen en andere verwijzingen naar Hollywood, politieke macht, kapitalisme en popcultuur. Als je met de cursor beweegt over het beeld gebeurt er van alles. Bovenaan de website pronkt een politiek statement: *'Because Washington is Hollywood for ugly people'*. Zoals de titel doet vermoeden bestaat 60X1.COM uit zestig verschillende pagina's. Telkens als je op de (goed verstopte) enter-knop

klikt opent zich in een nieuw venster een pagina vol verrassingen.

Dook ik tien jaar geleden nog met de halve klas achter één computer om een bijzondere website te bekijken, in 2017 wordt mijn leven gekenmerkt door een continue stroom aan gekke, fascinerende, interessante, leuke en belachelijke informatie die via mijn iPhone en dankzij het internet tot me komt. Ik zie meer kunst op internet dan *in real life* (IRL) – en als ik IRL kunst kijk ben ik bezig met hoe ik het werk het beste kan delen met mijn online sociale netwerk.

Mijn iPhone is het enige object dat ik altijd bij me draag. Hij maakt me iedere ochtend wakker en ik ga er altijd mee slapen. Zodra ik wakker ben check ik Facebook, Instagram, Twitter en het laatste nieuws. Voor ik onder de douche spring, check ik even de weer-app om te bepalen wat voor kleding ik zal aantrekken. En Buienradar, zodat ik zeker weet dat ik niet door rode pixels hoeft te fietsen. Ik maak er heel veel foto's mee, lees het nieuws, kijk op Facebook wat mijn vrienden en kennissen doen, lees wat er speelt op Twitter, bekijk jaloersmakende foto's van lekker eten, mooie vakanties en afgetrainde lichamen op Instagram, check mijn mail, bekijk het weerbericht nog een keer, lach om gekke YouTube-video's, stop niet met het maken van een gifje tot die geschikt is om te versturen naar een vriend, WhatsApp aan de lopende band (in totaal heb ik via WhatsApp 58.411 berichten verstuurd en 98.942 berichten ontvangen), lees een interessant artikel en scroll uren over het internet op zoek naar een nieuw jurkje. Ik draai muziek via Spotify, luister naar een podcast vanuit de trein, navigeer met fiets, auto of lopend naar mijn

volgende locatie. Ik bloos als de jongen die ik leuk vind me een berichtje stuurt en bots soms ergens tegenaan omdat ik iets grappigs lees.

Zodra ik afgeleid ben of me één seconde verveel, check ik Facebook, Twitter en Instagram. Voordat ik het weet beland ik op *VICE* en na het lezen van 'Hoe mijn carrière veranderde toen ik mijn schaamhaar afschoor' en 'Wat is de kunstzinnigste foto die je op je telefoon hebt staan?' herinner ik me dat ik me een half uur geleden had voorgenomen om alleen even snel op Facebook te kijken. Als ik mijn iPhone in mijn hand heb open ik Twitter, Facebook of Instagram automatisch, ik denk er niet bij na. Soms realiseer ik me, terwijl ik weer een app open, dat ik dezelfde app tien seconden geleden afsloot. Heel vaak betrap ik mezelf erop dat ik al tien minuten gedachteloos door een van mijn nieuwsoverzichten aan het scrollen ben. Het heeft haast iets meditatiefs. Soms word ik moe van de bereikbaarheid, van alle duizenden foto's, de rode bolletjes op mijn telefoon die aangeven hoeveel berichten en e-mails ik heb ontvangen. De foto's van vrienden, verre kennissen en personen die ik nog nooit IRL heb gezien die overal ter wereld toffe dingen aan het doen zijn en dat op sociale media delen, terwijl ik me probeer te concentreren op mijn werk of gewoon even helemaal niets wil doen. Kon ik me als kind urenlang vervelen, nu gebeurt dat vrijwel nooit meer.

Mijn eerste kennismaking met internetkunst mag ik vergeten zijn, ik herinner me nog wel dat mijn vader in 1996 op een doodnormale werkdag thuiskwam met iets nieuws: een zwart beeldscherm in een grote beige kast, een beige computertoren, een beige toetsenbord en een beige muis. Op de computer was Windows 3.11 geïnstal-

2

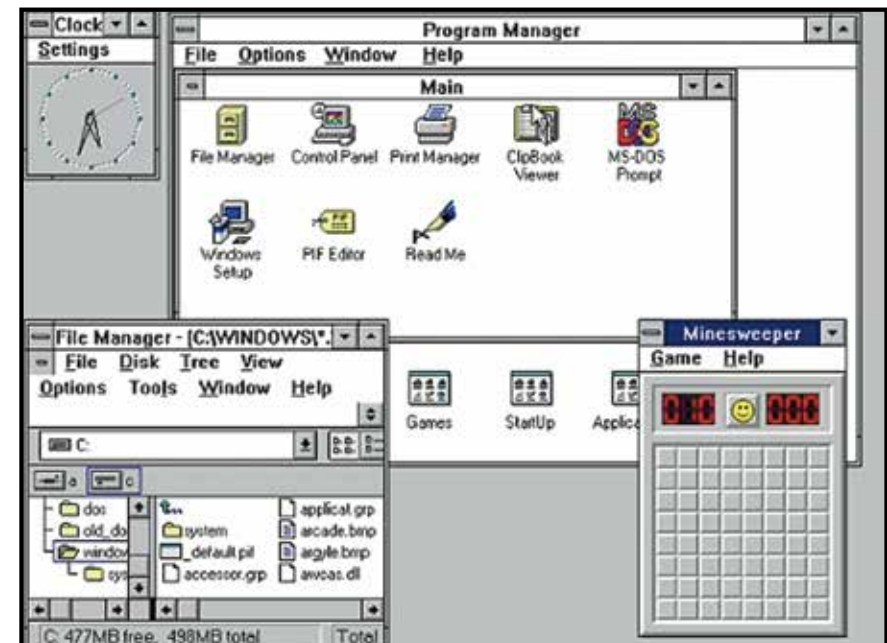


Ik met onze eerste pc op de achtergrond in 1996.

leerd en eigenlijk kon je er niet zoveel mee. Er stond Paint op, een rekenmachine, MS Works (de voorloper van Microsoft Office) en het kaartspel Patience. Volgens Wikipedia was Windows 3.11 revolutionair op het gebied van vensters; voor het eerst werd het mogelijk om meer-

dere vensters te laten overlappen en ze te minimaliseren en maximaliseren. Niet veel later kregen we alweer een nieuwe beige computer, waar we eenvoudige computerspelletjes op speelden vanaf floppydisks, en een beige matrixprinter waarmee we *Lion King* kleurplaten uitprintten. Allemaal nog steeds niet zo spannend.

3



Windows 3.1 interface.

Dat veranderde toen de computer in 1997 werd aangesloten op het internet. Vanuit onze huiskamer ging er een nieuwe wereld open. In de jaren die volgden ontdekte ik cyberspace, als lid van de eerste pubergeneratie op het internet. Ik herinner me het geluid van het inbelmodem dat de internetverbinding tot stand bracht (de verbinding was heel langzaam, je kon terwijl je online was niet gebeld worden en het langdurige gebruik van de telefoonlijn was duur), de TMF Chatbox (waar je anoniem kon flirten en aangesproken worden door jongens (als het dat waren) met nicknames als GeilePiemel16), Hotmail (e-mailen met klasgenoten, mijn eerste e-mailadres was sugarbabe88@hotmail.com), Napster (muziek downloaden en branden op cd's), MSN Messenger (uren chatten met vrienden, emoticons en BrE3ZaH TaAl), Frontpage (een wysiwyg HTML-editor om je eigen website vol gifjes te maken), .tk domeinen (gratis je website hosten op de Tokelau eilanden), CU2 (0.1 sociaal netwerk), Sugarbabes en Superdudes (rankingsites voor jongeren; zelf nooit geprobeerd).

Inmiddels is de beige computer met al het beige toebehoren al lang uit het hoekje van de huiskamer verdwenen. Ik heb net als heel veel mensen geen vaste pc meer, maar sleep overal een iPhone en MacBook Air mee naartoe. Het beige object in de hoeken van onze huiskamers is getransformeerd tot strak ontworpen laptops en tablets, smartphones in onze jas- en broekzakken, en smartwatches om onze pols. We dragen de technologie letterlijk heel dicht bij ons. Langzaam maar zeker is de digitale wereld een steeds belangrijker deel van ons leven geworden en inmiddels kunnen we niet meer zonder.

Twee jaar na de komst van de eerste computer in onze huiskamer was volgens architect en technoloog Nicholas Negroponte de digitale revolutie al voorbij. In 1998 leefden we volgens Negroponte al in een tijdperk waarin het onoverkoombaar was dat digitale technologie onze levens zou verstoren. Ik was toen tien jaar oud en had nog geen besef van welke revolutie dan ook. *'Face it – the Digital Revolution is over'*: hiermee bedoelde Negroponte dat 'digitaalheid' onderdeel zou worden van onze natuur: 'Net als lucht en drinkwater, zal het digitale enkel nog worden opgemerkt wanneer het er niet is.'² Binnen no-time zou digitale technologie zo banaal worden dat we haar niet meer zouden opmerken. De decennia volgend op de jaren negentig zouden, zo voorspelde Negroponte, in het teken staan van het begrijpen van biotechnologie, het beheersen van de natuur en het realiseren van buitenaardse reizen. Een periode waarin DNA-computers, microrobots en nanotechnologie de hoofdrol zouden spelen op het technologisch toneel. Computers zoals we ze kenden in 1998 zouden saai zijn en de technologie zou verweven worden met andere objecten, tot zaken zoals zelfreinigende T-shirts, zelfrijdende auto's, therapeutische Barbiepoppen en intelligente deursloten. Computers zouden volgens Negroponte een ingrijpend en onzichtbaar deel van ons dagelijks leven worden: 'We zullen erin leven, ze dragen, zelfs eten. *A computer a day will keep the doctor away.*'³

Negroponte kreeg – op de zelfreinigende T-shirts na – gelijk. Ik kan me alleen niet voorstellen dat de gemiddelde Nederlander in 1998 geloofde dat de digitale revolutie al voorbij was. Waarschijnlijk was hij net gewend aan e-mail en misschien begreep hij ook dat digitale technologie en internet nieuwe, handige en



Planet Internet,
'Moderne technieken', 2005.

leuke dingen mogelijk zouden kunnen gaan maken. We konden in ieder geval nog makkelijk zonder. De grappige Planet Internet-reclame die inhaakt op de snelheid waarmee technologie zich ontwikkelt en de moeite die het kost om met de tijd mee te gaan laat dat zien: een oudere man

legt een cd op een platenspeler, een vrouw rijdt een struik in omdat haar navigatie zegt dat ze rechtsaf moet slaan, en een man brengt de computermuis letterlijk naar de rechterbovenhoek van het computerscherm. De reclame komt uit 2005, dus zeven jaar na de uitspraak van Negroponte dat de revolutie voorbij zou zijn.

Rond de millenniumwisseling kreeg ik mijn allereerste mobiele telefoon. Hij leek op een walkietalkie. We noemden zulke telefoons koelkasten. Ik kon ermee bellen en sms'en en omdat er maar ruimte was voor het bewaren van twintig sms'jes schreef ik de belangrijkste over in een schrift. Net als de eerste computer in onze huiskamer was mijn eerste mobiele telefoon ook niet zo heel spannend. Ik herinner mij nog hoe het was zonder mobiele telefoon, heb nog net een paar keer een *collect call* proberen te maken vanuit een telefooncel en zag ze daarna verdwijnen uit het straatbeeld. Ik kan me bijna niet voorstellen hoe het zou zijn om te leven zonder mobiel. Ik voel me naakt als ik mijn telefoon vergeten ben (dat gebeurt eigenlijk nooit – als ik mijn telefoon vergeet haal ik hem op en kom desnoods te laat op een afspraak). Een van mijn favoriete video's op YouTube is 'Mobiel bellen in 1998 door Frans Bromet' waarin

de interviewer aan Nederlanders vraagt of zij ooit een mobiele telefoon nodig denken te hebben. Het antwoord is een collectief 'nee'. De geïnterviewden zijn tevreden met het versturen van brieven en een vaste telefoon met antwoordapparaat. Ze komen relaxed over, helemaal niet gehaast of onrustig omdat ze onbereikbaar zouden zijn. Dit filmpje is nog geen twintig jaar oud. Nu zijn smartphones niet meer weg te denken uit onze levens en het straatbeeld.

Ik open Google Chrome, ga naar www.google.nl en typ in: 'Nederland internetgebruikers'. Op de website van het CBS lees ik dat 8% van de Nederlanders in 2015 nog nooit internet heeft gebruikt.⁴ In aanmerking genomen dat zeker 92% van de Nederlanders het internet wel gebruikt, zullen tegenwoordig veel meer mensen zich kunnen vinden in de uitspraak van Negroponte. We leven in een postdigitale wereld waarin digitale technologie en internet een vanzelfsprekendheid zijn geworden. De computer is onzichtbaar en volledig geïntegreerd met onze analoge levens en beïnvloedt al dan niet onopgemerkt ons doen en laten. Online en offline zijn samengesmolten tot een wereld waar het verschil tussen realiteit of virtualiteit en tussen analoog of digitaal er niet meer toe doet. Online is een primaire levensbehoefte geworden. Net als lucht of water, merken we digitale technologie alleen nog op als het er niet is, precies zoals Negroponte voorspelde. De digitale revolutie is voorbij.

De belangrijkste ontwikkelingen op het gebied van mobiele communicatie – internet voor de consument, laptops, mobiele telefoons en de tablet – heb ik bewust meegemaakt. Je zou de generatie waartoe ik behoor kunnen omschrijven als *digital natives*: een generatie

geboren tijdens of na de digitale revolutie. Toch voel ik me niet helemaal thuis in deze generatie. Op de basisschool heb ik hele werkstukken met de hand geschreven en in knipselbakken naar informatie gezocht. Ik heb uren geluisterd naar het geluid van een inbelverbinding, kreeg mijn eerste digitale camera toen ik zestien was en heb heel veel brieven met pen en papier geschreven. Mijn generatie groeide op met oude, analoge media en heeft de verandering van analoog naar digitaal bewust meegemaakt. Ze bevindt zich eigenlijk tussen de digital natives en de *digital immigrants* in.

Het internet staat vol met artikelen over generatiebegrippen als *millennials* en generatie X-Y-Z. De video 'Simon Sinek on Millennials in the Workplace' (met maar liefst 6.411.168 weergaven op YouTube) komt regelmatig voorbij op mijn Facebook-nieuwsoverzicht. In deze video schetst de millennial-expert een beeld van de onrustige generatie waartoe ik zou behoren. Een narcistische, zelfzuchtige, ongefocuste, luie en bevoorrechte generatie die volgens hem moeite heeft om om te gaan met technologische veranderingen. Op zedrinkencappuccinozoverwend. tumblr.com staat in kapitalen het doel van deze Tumblr-microblog: 'HIER VERZAMEL IK KEIHARD GEJANK OP MILLENNIALS'. Een verzameling quotes die de negatieve publieke opinie over millennials tot uitdrukking brengt: 'Ze verdienen een bitchslap.'⁵ 'Hun ouders namen alle mogelijke obstakels weg, waardoor ze niet weerbaar genoeg zijn geworden. Eén krijs en ze kregen ijs.'⁶ 'Het valt mij op dat millennials veel denken en praten, maar heel weinig uitvoeren.'⁷ 'Ze kunnen op werk geen diepgaande relaties opbouwen vanwege Facebook en Instagram.'⁸

Millennials, ook wel Generatie Y genoemd, staan bekend als generatie die gelijke kansen en ruime mogelijkheden, vrijheid en keuzes kreeg. Er is geen precieze tijdsaanwijzing voor deze generatie, volgens Wikipedia worden er doorgaans mensen mee bedoeld die geboren zijn vanaf de vroege jaren tachtig. Over de einddatum lopen de meningen uiteen: van midden jaren negentig tot de vroege jaren 2000. Millennials hebben geleerd voor zichzelf op te komen en stellen het maken van grote beslissingen (zoals wel of geen kinderen, reizen of carrière maken, trouwen of terug op Tinder) zo lang mogelijk uit. Zelfontplooiing is het levensmotto, werk is belangrijk maar wordt niet beschouwd als garantie op geluk. Generatie Y verandert snel van werkgever, is communicatief vaardig, analytisch sterk en heeft een optimistische instelling. Ze zijn gedreven, ambitieus, competitief, vertroeteld, zelfverzekerd en opgegroeid in tijden van grote technologische vooruitgang. Volgens Sinek ben ik volwassen geworden met het gevoel dat ik alles kan wat ik wil. Dat klopt. Niet zo gek dus dat we soms onrealistische verwachtingen hebben en daardoor soms diep ongelukkig zijn. Ik hoef niet te googelen maar alleen maar om mij heen te kijken om te zien dat onze generatie het niet altijd makkelijk heeft. Al die keuzes, ambities en vrijheden hebben geleid tot dertigersdilemma's, burn-outs en depressies.

Kunstzinnige millennials worden door trendforecaster Lidewij Edelkoort en voormalig directeur van Museum of the Image Mieke Gerritzen gerekend tot de 'pop-up-generatie'. Het is de generatie die nog is begonnen aan een analoge opleiding voordat deze werd overschaduwd door technologische veranderingen. Zonder moeite verplaatst deze generatie zich tussen 2D en 3D alsof ze het

verschil tussen beiden niet meer opmerken. 'De twee realiteiten, analoog en virtueel, zijn betrokken bij een onbeperkte dialoog. De een vervangt de ander nooit. Surfen in het grijze gebied, waar de ene wereld zich mengt met de andere of vice versa, is geheel natuurlijk.'⁹ Zich verplaatsen tussen analoog en digitaal is iets natuurlijk geworden, het verschil tussen beiden is opgeheven. Toen ik ging studeren aan de kunstacademie waren inderdaad net alle donkere kamers op één na verdwenen en werd binnen de afdeling grafisch ontwerpen het vak webdesign geïntroduceerd. Volgens Edelkoort en Gerritzen levert dit een generatie op die zich meer bewust is van de radicale veranderingen die de digitale revolutie in de maatschappij teweeg heeft gebracht dan de daaropvolgende generatie. Generatie Z (geboren vanaf 1990) is altijd online geweest. Zij zijn opgegroeid in een wereld met computers, internet en mobiele telefoons, en hebben de overgang van analoog en digitaal niet bewust meegemaakt. Zijn internet en computers voor eerdere generaties iets natuurlijk geworden, voor Generatie Z is het altijd al de normaalste zaak van de wereld geweest.¹⁰

Sinek is niet de enige die negatief gedrag linkt aan digitale technologie. Nieuwe technologische ontwikkelingen gaan altijd gepaard met kritische onderzoeken, theorieën en discussies. Mijn interesse in internetkritiek werd in 2012 gewekt door *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other* van de Amerikaanse sociaalpsycholoog Sherry Turkle. Zoals de titel al laat doorschemeren is Turkle zeer sceptisch over technologie en kan haar boek worden opgevat als een pleidooi voor analoge communicatie. Digitale communicatie – van sms tot e-mail – heeft

volgens Turkle face-to-face-connecties overgenomen. Want ook al suggereren digitale communicatiemiddelen dat we met elkaar in contact staan, volgens Turkle is dit geen écht contact en zullen we uiteindelijk allemaal eenzaam en alleen eindigen. Een andere kritische bron is *Digital Vertigo: How Today's Online Social Revolution is Dividing, Diminishing, and Disorienting Us* van media-criticus Andrew Keen, die zichzelf de 'Antichrist of Silicon Valley' noemt. In *Digital Vertigo* onderzoekt Keen de gevolgen van het verlies van privacy en de ideologie van de digitale pioniers in Silicon Valley. Ook Keen staat sceptisch tegenover de ontwikkelingen op het gebied van internet, digitale technologie en de cultuur die daaruit is ontstaan. Ruim 25 jaar na de introductie van het internet is digitaal pessimisme, dat zich afzet tegen de Silicon Valley-ideologie, uitgegroeid tot een waar genre met auteurs als Nicholas Carr (*The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*), Evgeny Morozov (*The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom* en *To Save Everything Click Here: Technology, Solutionism and the Urge to Fix Problems that Don't Exist*), Jaron Lanier (*You Are Not a Gadget: A Manifesto* en *Who Owns the Future?*) en Douglas Rushkoff (*Program or be Programmed: Ten Commands for a Digital Age*, *Present Shock: When Everything Happens Now* en *Throwing Rocks at the Google Bus: How Growth Became the Enemy of Prosperity*).

De sceptische en kritische toon van deze auteurs leidt, aldus socioloog Nathan Jurgenson, tot een obsessie met offline zijn. Volgens hem heeft digitale technologie ervoor gezorgd dat we face-to-face-contact en eenzame momenten meer dan ooit waarderen. Wifi-vrije cafés en *digital detoxes* duiken op, net als apps en producten

5



Elago, iWatch oplader.

6



Nokia 3310 iPhonehoes.

die je helpen offline te gaan. Ook de huidige culturele manie voor nostalgie, analoge technieken, vintage en retro heeft volgens Jurgenson alles te maken met de IRL-fetisj. In het postdigitale tijdperk zijn bijvoorbeeld analoge camera's terug van weggeweest en digitale foto's 'maken' we analoog met Instagramfilters. iWatches toveren we om tot een ouderwetse Macintosh en onze gloednieuwe iPhone stoppen we in een Nokia 3310-hoesje. Wat zegt deze offline-fetisj? Zijn we digimoe en verlangen we daarom terug naar analoge media en trage communicatie? Is de toekomst van online, offline?

De titel van dit boek, *Van meme tot mainstream: internet-kunst, esthetiek en offline luxe in een postdigitale wereld*, verwijst naar iets wat ik een van de meest karakteristieke eigenschappen van onze tijd vind: de kracht van het internet die ervoor zorgt dat iets in een fractie van een seconde de wereld over kan gaan en alle aandacht op zich weet te vestigen, om vervolgens net zo snel weer te verdwijnen in het digitale universum. Deze viraliteit is een eigenschap die onze huidige westerse samenleving, kunst en cultuur sterk beïnvloedt.

In vier teksten neem ik je mee in mijn gedachten, verbazing, fascinaties en ontdekkingen die voortkomen uit persoonlijke ervaringen, observaties en onderzoek. In '1. Internetkunst postinternet' bespreek ik een aantal kunstwerken van verschillende generaties kunstenaars die zich bezighouden met internet, van internetkunst tot postinternetkunst. Net als bij zoveel internettrends lijkt de levenscyclus van het label postinternetkunst nog het meest op een zich viraal verspreidende katten-meme; binnen no-time verovert die onze nieuwsoverzichten waarna hij tijdelijk weer verdwijnt, om in een andere context of in een andere vorm weer op te duiken. '2. Nieuwe esthetiek' gaat over de zoektocht naar een nieuwe esthetiek aan de hand van *The New Aesthetic*: een korte tijd zeer populair en sterk bekritiseerd hedendaags onderzoeksproject op Tumblr. *The New Aesthetic* documenteert een nieuwe manier van zien, die is ontstaan als gevolg van onze intensieve omgang met digitale technologieën en het samensmelten van de online en offline werelden. '3. De postdigitale conditie' focust op de culturele obsessie met nostalgie in het internettijdperk. De wederopstanding en populariteit van analoge media in het postdigitale tijdperk illustreer ik aan de hand van verschillende trends in de fotografie, van polaroids tot Snapchat. '4. Offline als luxe' gaat over de reactie op de postdigitale samenleving om offline als nieuwe luxe te beschouwen. En in het slotwoord 'Internetenties' blik ik terug op mijn eigen on- en offline ervaringen, die ik opdeed tijdens het schrijven van dit boek.

Communicatiewetenschapper Marshall McLuhan was van mening dat zonder kunstenaars een nieuw medium niet voor reflectie toegankelijk is.¹¹ Het romantische idee dat kunstenaars de enigen zijn die hun eigen tijd begrijp-

pen omdat zij reflecteren op het medium van hun tijd, inspireert mij. Kunstenaars die zich bezighouden met (de impact van) het internet en digitale technologie kunnen ons nieuwe inzichten geven. Zij zoeken de grenzen op van de technologie, proberen de technologie te doorgronden of af te breken, om haar vervolgens op een andere manier weer in elkaar te zetten. Zij reflecteren op fenomenen waar we bewust, of onbewust, allemaal mee te maken hebben. Zij kunnen ons anders naar de wereld laten kijken. Nu de digitale revolutie voorbij is, is het tijd om terug te kijken op de veranderingen van de afgelopen jaren. En ruimte te creëren voor reflectie, waarin we kunnen beoordelen hoe we met onze technologieën om willen gaan en bedenken hoe we willen dat de technologieën er in de toekomst uit zullen zien. Want ook al zijn digitale technologie, het internet en sociale media niet meer weg te denken uit onze levens, ze staan nog in hun kinderschoenen, evenals onze omgang ermee.



Internetkunst

1

Internetkunst postinternet

On the internet the artist has no boss, no mediator. There is no institutional structure, no publisher, no one between the artist and the audience. This anarchism makes for a spontaneous environment where weird things can happen. I appreciate the unusual and the irrational.

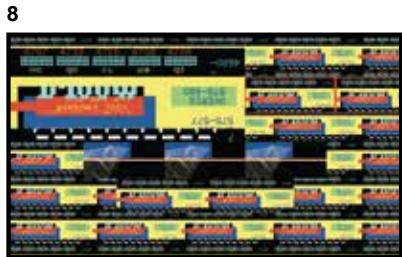
Rafaël Rozendaal¹²

1.1

Internetkunst

Voordat ik wist wat een computer was, maakte het Belgisch-Nederlandse kunstenaarsduo JODI, bestaande uit Joan Heemskerk en Dirk Paesmans, al kunst met internet. In de jaren negentig wisten zij als innovatieve kunstenaars het internet op zijn kop te zetten en heel wat computers te laten crashen. JODI wordt door velen beschouwd als de grondlegger van internetkunst, ook wel Net.Art genoemd. In een van JODI's eerste werken www.jodi.org legt het duo de achterkant van het internet bloot. Met iedere klik verdwaal je als toeschouwer verder in het abstracte web. Niet alleen de 'voorkant' van de website is belangrijk, ook de 'achterkant', de broncode, is onderdeel van het kunstwerk. In je internetbrowser is het mogelijk om de broncode van een website te zien en als je daarvoor kiest bij www.jodi.org zie je afbeeldingen van een kernbom opgebouwd uit letters en tekens. Kunstenaar Jan

Robert Leegte zegt in een interview met Marian Cousijn voor *De Correspondent* dat JODI met dit werk inspeelde op de angst die heerste voor de chaotische, onbekende, onzichtbare en peilloze kant van het internet.¹³ De grote



JODI, www.wwwwwwwww.jodi.org, 1995.

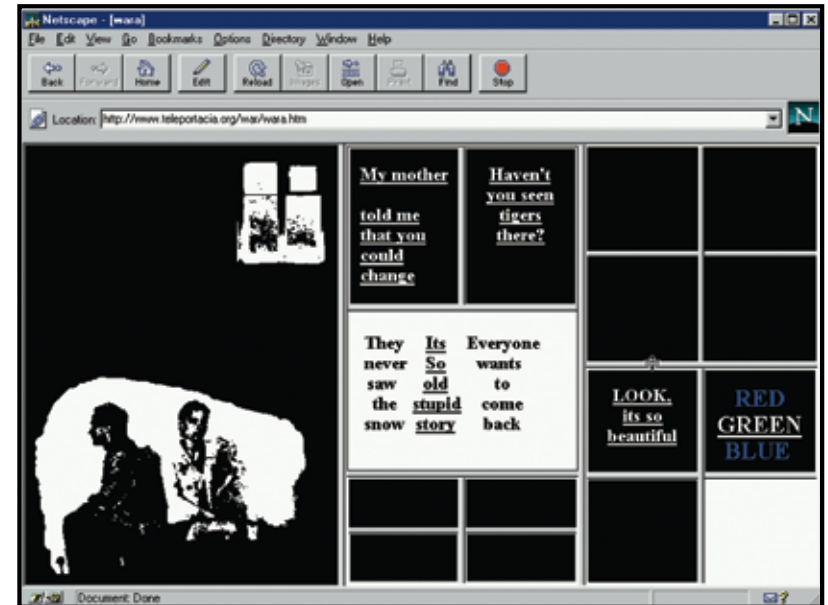
angst die het internet destijds inboezemde, was dat terroristen tussen alle online beschikbare informatie een handleiding zouden vinden voor het bouwen van een kernbom. Computervirussen, terrorisme en geheime diensten spelen een grote rol in al het werk van JODI. Het manipuleren en blootleggen van de onzichtbare laag, de verborgen infrastructuur en code van het internet, is ook voor veel andere internetkunstenaars een belangrijk doel.

Zo proberen zij het publiek bewust te maken van het feit dat je niet alleen beïnvloed wordt door de zichtbare laag van het internet, maar ook door wat je niet ziet.

Een andere internetkunstpionier is kunstenaar Olia Lialina. In het jaar dat mijn vader thuiskwam met onze eerste computer maakte zij *My Boyfriend Came Back from the War* (MBCBFTW): een fictief webnarratief over een koppel dat na een onbenoemde oorlog moeite heeft om met elkaar te praten. De lancering van Netscape 3 maakte het mogelijk om de browser op te delen in los van elkaar te controleren frames. Dit was de aanleiding voor Lialina om te experimenteren met de software en de grenzen van de browser op te zoeken. MBCBFTW is

een interactief verhaal waarin de browser zich bij iedere klik verder opsplijt en een gedeelte van het verhaal weergeeft. Het is eigenlijk een internetfilm die je, afhankelijk van in welk frame je klikt, telkens op een andere manier kunt doorlopen. MBCBFTW is een icoon geworden in de geschiedenis van internetkunst en heeft veel internationale kunstenaars en creatieven geïnspireerd om hun eigen interpretatie van het werk te maken.

9



Olia Lialina, *My Boyfriend Came Back From the War*, 1996.

Kunstenaar Guthrie Lonergan maakte een ironische variant op het werk: *My Burger Came Back from the War*. Het is een scherm vol bewegende afbeeldingen van hamburgers. Als je met je muis over het scherm beweegt komen er steeds meer hamburgers bij, volgens dezelfde structuur als MBCBFTW. Een andere interpretatie is *Baby Come Home* van Foundland Collective. Dit werk

werd in 2016 gemaakt in opdracht van presentatie-instelling MU in Eindhoven voor de overzichtstentoonstelling 'Olia Lialina – 20 years of My Boyfriend Came Back From The War'. *Baby Come Home* borduurt voort op de inhoudelijke kant van het verhaal dat MBCBFTW vertelt: een door conflict vervreemd gesprek. Foundland Collective maakte een video bestaande uit een serie chatgesprekken

10



Guthrie Lonergan, *My Burger Came Back from the War*, 2012.

tussen een moeder en haar geradicaliseerde zoon die de westerse wereld heeft verlaten om zich aan te sluiten bij een jihadistische strijdmacht. In de chatgesprekken is het niet duidelijk wie er luistert en wie er antwoordt. De verleiding om

deel te nemen aan het conflict lijkt, in het geval van de zoon in dit verhaal, geboren te zijn uit sociale media. De moeder kan de sociale media niet ontwijken, zij ziet geen andere optie dan in YouTube-video's te zoeken naar haar zoon.

11



Foundland Collective, *Baby Come Home*, 8 minuten, videostill, in opdracht van MU, Eindhoven, 2016.

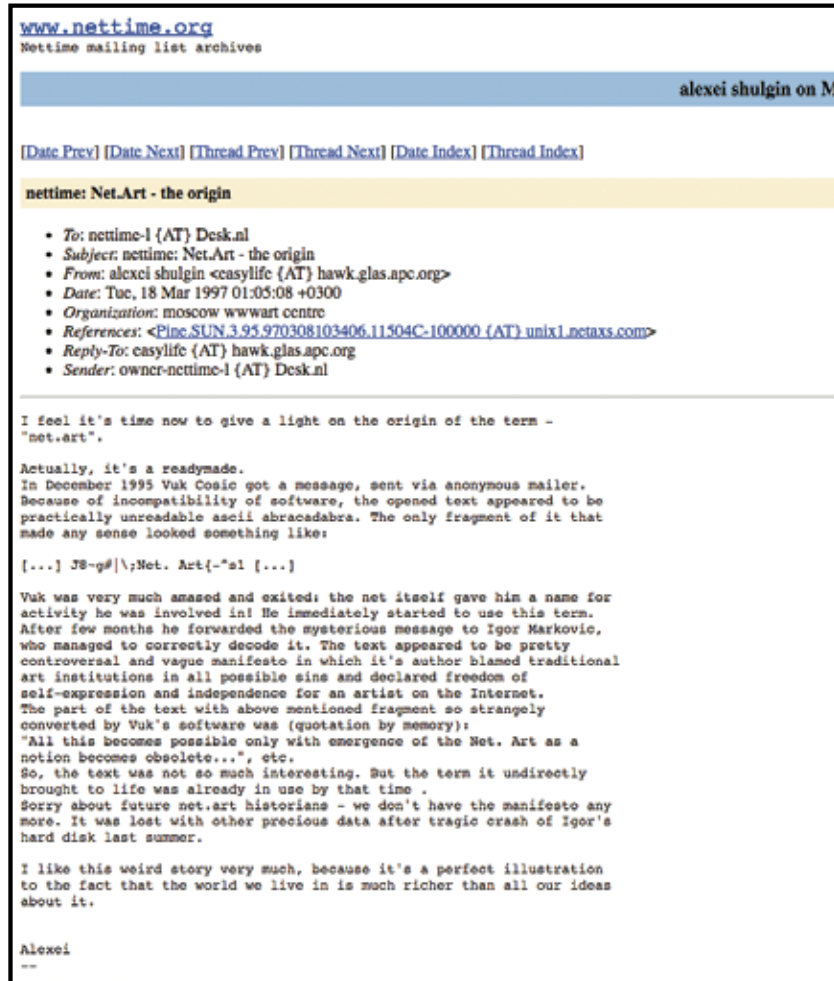
12



Lialina heeft verschillende interpretaties van MBCBFTW verzameld in *Last Real Net Art Museum*, een online museum voor internetkunst dat ook fungeert als kritiek

op de eerste tentoonstellingen van internetkunst die musea aan het einde van de jaren negentig en het begin van het nieuwe millennium organiseerden.²⁰ Musea gingen volgens Lialina respectloos om met internetkunst: ze bewaarden de werken op een cd of floppydisk, of toonden het werk in een pop-up-venster van hun website. Net. Art hoort niet op een cd, floppydisk of in een pop-up-venster. 'Echte' Net. Art wordt getoond in de oorspronkelijke context: online en met werkende hyperlinks.

Ondanks haar jonge leeftijd heeft kunst die verband houdt met nieuwe media en internet al vele namen en definities gekend: internet art, computer art, digital art, device art, code art, Net. Art, pop.net.art, net-poetry, new media art, software art en virtual art. Desalniettemin heeft internetkunst (nog) nooit écht in de schijnwerpers gestaan bij musea en is ze daarom bij het grote publiek vrij onbekend. In de jaren negentig ontstond er een klein internationaal gezelschap dat zich bezighield met Net. Art: de eerste generatie internetkunstenaars. Zij gebruikten mailinglijsten en fora om de politieke en culturele impact van het internet te bediscussiëren. Nettime is een van de meest bekende mailinglijsten. Hij bestaat nog steeds en wordt ook nog steeds gebruikt. Het archief is online beschikbaar. Zo is te vinden dat op 18 maart 1997 kunstenaar Alexei Shulgin op Nettime omschreef waar de naam Net.Art vandaan komt. De term zou toevallig zijn ontstaan door de incompatibiliteit van de software waarmee internetkunstenaar Vuk Ćosić in 1995 een e-mail opende. Ergens tussen een boel onleesbare tekens stond 'Net. Art'. Het internet zelf, stelt Shulgin, heeft de term gekozen.



Alexei Shulgin, 'Net.Art-the origin', Nettime, 18 maart 1997.

Discussies over internetkunst gaan vaak over het vinden van de juiste termen en definities. Lialina zegt in een interview met critica Josephine Bosma uit 1997 dat zij niet houdt van het geredetwist over de definitie van Net. Art. In 2016 vroeg ik Lialina hoe zij bijna twintig jaar later op die uitspraak terugkijkt:

Ik denk nog steeds dat destijds de werken van kunstenaars in meer detail besproken hadden moeten worden. En niet alleen als geheel, alsof het een beweging was. Het was geen beweging. Al die jaren ging het altijd over de terminologie: praten over de termen, ze bediscussiëren en verdedigen. Terugkijkend, twintig jaar later, weet ik dat ik best veel tijd heb gestoken in het uitleggen van de betekenis van termen, en het afwijzen van andere. Maar ik heb er geen spijt van omdat deze discussies het medium waarmee we werken zichtbaar maakt, wat het meest belangrijke doel is van Net.Art.¹⁴

Het zichtbaar maken van het medium – de computer, het internet en digitale technologie – is nog steeds het belangrijkste doel van internetkunst. Het internet is in feite een enorme constellatie van netwerken die met elkaar verbonden zijn en dat de snelle, continue communicatie van gegevens mogelijk maakt. Was je vroeger nog gebonden aan een langzame inbelverbinding, tegenwoordig kun je vrijwel overal gebruikmaken van een draadloze internetverbinding met wifi of 3-, 4-, 5- of zelfs 6G. Digitale technologie wordt steeds geavanceerder en meer en meer onzichtbaar. De achterliggende techniek zoals code, software, wifi-straling, routers, modems en onderseekabels zien we niet, waardoor het immateriële en onzichtbare karakter van de technologie wordt

14



Google-zoekresultaten 'the cloud'.

versterkt. Maar dat we iets niet zien, zoals bijvoorbeeld de *cloud*, wil niet zeggen dat het er niet écht is. De cloud, bijvoorbeeld, is gewoon een uitgebreid netwerk van computers.

15



16



17



18



Timo Arnall, *Internet Machine*, 2014.

Lialina vindt dat kunstenaars, maar ook designers, in hun werk meer de nadruk moeten leggen op het zichtbaar maken van de computer. Want als computers onzichtbaar zijn kun je niet verwachten dat gebruikers weten hoe een computer werkt en wordt mediawijsheid of -competentie onmogelijk.¹⁵ Zij kunnen een rol spelen in het openbreken van de digitale *black box* om zo meer inzicht te geven in hoe de onzichtbare technologie werkt en daarmee bewustzijn en digitale geletterdheid stimuleren. Kunstenaar Timo Arnall is een kunstenaar die op zo'n manier zijn steentje bijdraagt aan het demythologiseren van het internet. *Internet Machine* is een film die de verborgen materialiteit van onze data onthult door de machines waaruit de cloud bestaat zichtbaar te maken. De film geeft een inkijk in een van de grootste en meest beveiligde datacentra in de wereld, gerund door Telefónica in Spanje. Arnall zegt over dit werk op zijn website: 'Ik wilde in deze film verder kijken dan de kinderachtige mythe van "the cloud" om te onderzoeken

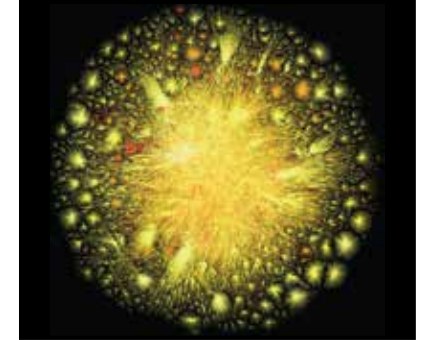
ken hoe de infrastructuur van het internet er werkelijk uitzien. Het voelde belangrijk om de energie te zien en te horen die nodig is voor het aandrijven van deze machines, en de bijbehorende systemen om ze te beveiligen, koelen en onderhouden.'¹⁶

19



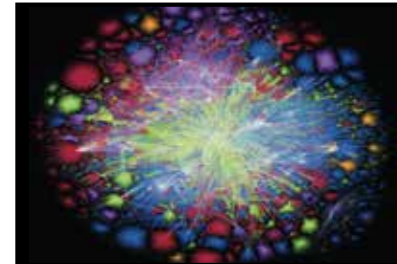
Barrett Lyon, The Opte Project, *Mapping the Internet 2003*, 22 november 2003. Kleuren: rood: Pacifisch Azië, groen: Europa/Midden-Oosten/Centraal-Azië/Afrika, blauw: Noord-Amerika, geel: Latijns-Amerika en de Caraïben, cyaan: RFC1918 IP-adressen, wit: onbekend.

20



Barrett Lyon, The Opte Project, *The Internet 2010*, 22 november 2010. Voor deze visualisatie zijn Border Gateway Protocol (BGP)-datapunten gebruikt in plaats van ruwe traceroute data. De kleuren zijn gebaseerd op de kleuren van gloeien, wit betekent de meeste verbindingspunten.

21



Barrett Lyon, The Opte Project, *The Internet 2015*, 11 juli 2015. Kleuren: blauw: Noord-Amerika (ARIN), groen: Europa (RIPE), paars: Latijns-Amerika (LACNIC), rood: Pacifisch Azië (APNIC), oranje: Afrika (AFRINIC), wit: 'backbone' (sterk verbonden netwerken).

Om de structuur van het internet zichtbaar te maken, maakt The Opte Project visualisaties van het internet. Het zijn afbeeldingen van de verbindingen tussen alle relaties van alle netwerken op het internet. De visualisaties tonen niet alleen de structuur van het internet, maar ook de evolutie. Doordat er verschillende versies zijn gemaakt, is te zien

dat het internet groeit en van structuur verandert. Op de website van The Opte Project wordt overigens in de FAQ de vraag 'is dit kunst?' positief beantwoord. Het werk is aangekocht door het Museum of Modern Art in New York.

Hoewel we allemaal gebruikmaken van digitale technologie en internet, is de 'onzichtbare' werking ervan voor de gemiddelde gebruiker abracadabra. Dit geldt evenzeer voor de techniek die internetkunstenaars gebruiken. Als je niet weet dat de broncode onderdeel uitmaakt van het kunstwerk van JODI mis je een belangrijk onderdeel ervan. De verborgen lagen van een internetkunstwerk, zoals algoritmes, netwerkstructuur, programmering en software kunnen we niet direct met onze zintuigen waarnemen. Ook de code zie je niet, tenzij je die zelf opzoekt. Dit vormt een uitdaging voor het volledig waarnemen en daarmee interpreteren van internetkunst. Je moet soms net even wat meer moeite doen om het werk volledig te zien dan met een schilderij het geval is. Tenzij de achterkant van het schilderdoek ook is beschilderd, zien we in één oogopslag de volledige afbeelding.

Het zichtbaar maken van de computer van de toekomst is het belangrijkste punt op de agenda van Olia Lialina. Haar uitspraak: 'De computer van de toekomst moet zichtbaar zijn!' is een zinspeling op de uitspraak van informaticus Don Norman die ooit zei dat de computer van de toekomst onzichtbaar zou moeten zijn.¹⁷ Zijn doel is om interfaces te laten 'verdwijnen' zodat we ons niet meer bewust hoeven te zijn van de technologie. Volgens Norman staat technologie (zoals de interface) alleen maar in de weg: 'Het werkelijke probleem met de interface is dat het een interface is. Interfaces zitten in de weg. Ik wil mijn energie niet focussen op een inter-

face. Ik wil focussen op het werk... Ik wil niet over mezelf denken als iemand die een computer gebruikt, ik wil over mezelf denken als iemand die zijn werk doet.'¹⁸ Het is overigens helemaal niet zo gek dat Norman streeft naar onzichtbare technologie. Eigenlijk proberen media zichzelf altijd als medium te laten verdwijnen, om ons het idee te geven dat we iets 'echt' meemaken of ergens 'echt' bij zijn.

De afgelopen jaren is de technologie van het internet, waaronder de code, steeds meer naar de achtergrond verdwenen en voor reguliere gebruikers onzichtbaar geworden. Vergelijk bijvoorbeeld eens Facebook met CU2. Aan het begin van de jaren tweeduizend was CU2 in Nederland een belangrijke voorloper van de sociale netwerken van nu. Je werd lid van de community en met behulp van een HTML-subset kon je je eigen profielpagina maken die bestond uit een vragenlijst, opgeleukt met een kekke achtergrond, persoonlijke afbeeldingen, gifjes en *under construction signs* (wat we nu beschouwen als retro). Door CU2 heb ik een basiskennis van HTML opgedaan. Vandaag de dag kom je als Facebookgebruiker echter helemaal niet meer in aanraking met de onderliggende code; je kunt niet eens je eigen lettertype of achtergrondkleur kiezen voor je profielpagina. De individueel aanpasbare interface heeft plaats moeten maken voor een steriele, professionele interface met een *drag and drop*-esthetiek rechtstreeks afkomstig uit Silicon Valley. Dit is niet alleen een praktische verandering maar ook een ideologische. Websites en profielen worden tegenwoordig voor jou gemaakt door bedrijven die een template beschikbaar stellen, helemaal 'gratis', maar eigenlijk in ruil voor al jouw data.

De meeste CU2-profielpagina's zijn voorgoed verdwenen. Ook met de Wayback Machine, een online archief van (screenshots van) het internet, kan ik mijn profielpagina niet terugvinden. Jammer, want ik zou heel graag weten wat ik destijds in BrE3ZaH TaAl (breezertaal) heb geantwoord op de typische CU2-vragen als '078 Bestaat de ware', '086 Droombezigheid als je ouder bent' en '088 Wat was je eerste gedachte toen je vanmorgen opstond'. Anderzijds is het maar goed dat de antwoorden op vraag 092 en 093 – 'Gekste plek waar je "het" ooit gedaan hebt' en 'Plek waar je het nog wel eens zou willen doen' niet al jaren op het internet rondslingeren. Volgens mij hadden mijn ouders destijds geen idee van wat mijn generatie als jonge puber op het internet uitspookte en dat kunnen we misschien maar beter zo houden.

Lialina verzamelt internetcultuur van de jaren negentig omdat zij de evolutie van (dingen op) het internet in kaart wil brengen. Volgens haar zijn mensen zich niet bewust van hun eigen online geschiedenis omdat oude websites vaak lastig terug te vinden zijn. Het archief van GeoCities (een dienst waarmee je tot 2009 gratis websites kon maken) werd door Lialina op het nippertje gered. Nu worden screenshots van het archief automatisch geüpload op de Tumblr *One Terabyte of Kilobyte Age*. Volgens Lialina hebben mensen zich maar voor een korte periode verantwoordelijk gevoeld om zelf cyberspace te bouwen: 'Deze "Geocities 1996"-stijl staat symbool voor de explosie van kleuren, animaties, heldere en lawaaierige producties uit de tijd waarin iedereen elkaar welkom heette op zijn pagina en zijn of haar eigen uithoeken van cyberspace maakte.'¹⁹ Web 1.0-esthetiek is een nostalgische herinnering geworden aan de zelfgemaakte cyberspace waar ik als puber uren heb doorgebracht.

22



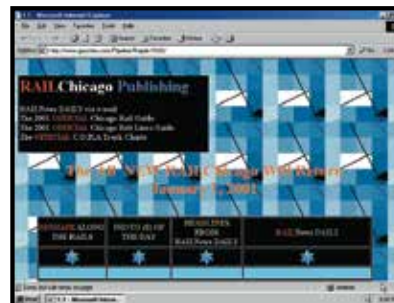
Olia Lialina & Dragan Espenschied,
One Terabyte of Kilobyte Age,
31 augustus 2013.

24



Olia Lialina & Dragan Espenschied,
One Terabyte of Kilobyte Age,
31 oktober 2016.

26



Olia Lialina & Dragan Espenschied,
One Terabyte of Kilobyte Age,
19 januari 2017.

23



Olia Lialina & Dragan Espenschied,
One Terabyte of Kilobyte Age,
21 mei 2015.

25



Olia Lialina & Dragan Espenschied,
One Terabyte of Kilobyte Age,
30 juni 2014.

Terug naar de terminologiediscussie in internetkunstland. Josephine Bosma houdt zich al sinds de vroege jaren van het internet bezig met het analyseren en bekritisseren van internetkunst en behoort dus ook tot de pioniers. In haar boek *Nettitudes: Let's Talk Net Art* beantwoordt zij de vraag 'wat is Net. Art?' als volgt: 'De meest gecomprimeerde definitie is dat net art gebaseerd is in of op internetculturen.'²⁰ En verderop in het subhoofdstuk getiteld 'Defining Net Art' schrijft Bosma: 'Net art is kunst die wordt gemaakt vanuit een bewustzijn van, of sterke betrokkenheid bij een wereld die getransformeerd en beïnvloed is door [...] het internet.'²¹ Door de positionering van internetkunst *in* internetculturen, in plaats van *op* het internet, is een fysieke verbinding met internet niet noodzakelijk. Een internetkunstwerk kan ook geheel buiten het internet bestaan:

De basis van internetkunst in internetcultuur betekent dat een fysieke (vaste) of draadloze verbinding met het internet niet noodzakelijk is in individuele internetkunstwerken. [...] Een internetkunstwerk kan volledig buiten het internet bestaan en het is misschien overbodig om te zeggen, maar het bevat niet altijd een webpagina.²²

Met deze definitie van internetkunst, die een fysieke verbinding met het internet niet nodig acht, verwerpt Bosma mediumspecificiteit. Zij stelt dan ook voor het kunstwerk niet te definiëren op basis van het medium, maar aan de hand van het concept.

An Internet van kunstenaar Jeroen van Loon is een goed voorbeeld van een internetkunstwerk dat geheel buiten het internet bestaat. Het is een fysieke installatie die je

27



28



Jeroen van Loon, *An Internet*, 2016.
Foto: Gert Jan van Rooij,
'Beyond Data', Centraal Museum,
Utrecht, 2016.

(los van de documentatie op internet) alleen kunt zien wanneer het ergens tentoongesteld is. Het werk bestaat uit glazen buizen, hout, een rookmachine, een infraroodsensor en een Raspberry Pi 2 (een minicomputer). De installatie representeert het onderzeese netwerk van glasvezelkabels dat de verschillende continenten met elkaar verbindt. De namen van alle 280 kabels, zoals TAT-14 (de kabel tussen Groot-Brittannië en Noord-Amerika) en WASC (tussen Zuid- en West-Afrika, Portugal en Londen), worden

omgezet in binaire rooksignalen. De rooksignalen bewegen door de glazen buizen en symboliseren tijdelijke data. De buizen blijven gevuld met rook tot die bij een lek komt. De rook ontsnapt, de data zijn voorgoed verdwenen. Van Loon visualiseert met *An Internet* een toekomst waarin alle data op het internet tijdelijk zijn. Een internet waar data niet worden gemaakt om opgeslagen te worden maar alleen kortstondig toegankelijk zijn en daarna voor altijd verdwijnen – net als op Snapchat.

Ook al zijn digitale media en het internet inmiddels al een tijdje onder ons, de wereld van de digitale media-kunst en de hedendaagse kunstwereld blijven van elkaar afgezonderd. Er wordt ook wel gesproken van een *digital divide*; die duidt de digitale verdeeldheid aan tussen digibeten en digerati, een verdeeldheid die ook in

de samenleving als geheel zichtbaar is. In het hoofdstuk 'Let's talk net art' schrijft Bosma dat de hedendaagse kunstwereld internetkunst als een vorm van mediakunst beschouwt. Dit zou volgens haar kunnen komen doordat deze 'nieuwe' media in de kunstwereld nog niet volledig zijn geaccepteerd. Kunstcritica Rosalind Krauss zegt zelfs dat een medium eerst verouderd moet zijn voordat het effectief kan worden gebruikt in kunst.²³ Eigenlijk komt dat erop neer dat internetkunst nog veel te experimenteel en ingewikkeld is voor veel musea. Internetkunstenaars zijn pioniers, musea achterlopers.

In de toekomst zal dat hoogstwaarschijnlijk veranderen. Fotografie en videokunst zijn nu opzichzelfstaande en erkende disciplines in de kunstwereld, dat is ook niet altijd zo geweest. In vroegere jaren werd videokunst – net als internetkunst nu – in een apart hokje geplaatst. Nu is videokunst als losstaand genre opgeheven en volledig geïntegreerd in het hedendaags kunstdiscours. En net als Bosma hebben hedendaagse kunstmusea mediumspecificiteit verworpen, want je ziet er van alles door elkaar: schilderijen van acrylverf, olieverf en mixed media; sculpturen van klei, steen, keramiek, was, zand, stenen of pindakaas; fotografie, zowel analoog als digitaal; en videowerken in zwart-wit, kleur, geprojecteerd vanaf de nieuwste HD-beamer of een ouderwetse Super-8 filmprojector. Allemaal getoond onder één dak, verzameld in één collectie. Het medium doet er niet toe, de canon wel. De canon beweegt alleen niet zo snel als de technologie zich ontwikkelt en bestaat dus voor een groot deel uit achterlopers. Kunstenaar Jon Ippolito vat het goed samen in een tweet: *'The mainstream art world waited to utter the term "Internet art" until they could safely add the prefix "post-" to it.'*²⁴

1.2 Postinternetkunst

Een van de meest recente hypes binnen de internetkunst heeft het label 'postinternet' gekregen. Postinternet duidt op de cultuur die ontstaan is na de introductiefase van het internet: het moment waarop het internet een vast onderdeel is geworden van onze levens, van onze natuur. Internet is een zo vanzelfsprekend onderdeel van ons leven dat we het haast niet meer opmerken, het is verdwenen naar de achtergrond, zelfs naar het onderbewuste. Het voorvoegsel 'post' komt uit het Latijn en betekent 'na' of 'achter'. Letterlijk vertaald duidt postinternet, net als postdigitaal, op een periode *na* internet of *na* digitale technologie. Alsof internet en digitale technologie voorbij zijn, niet meer bestaan. Niets is minder waar. Het voorvoegsel 'post' in postinternet en postdigitaal heeft dan ook dezelfde betekenis als in het begrip postmodernisme. Het betekent 'in reactie op' (het internet of het digitale) of 'na de hype'.

In 2008 werd de term postinternetkunst geïntroduceerd door kunstenaars Marisa Olson in een interview met Régine Debatty voor *we-make-money-not-art.com*. Postinternetkunst verschilt volgens Olson van internetkunst omdat binnen dit subgenre het internet niet alleen wordt beschouwd als medium maar ook als een kracht die sociale structuren zowel online als offline heeft veranderd. In een interview met curator Lauren Cornell antwoordt Olson op de vraag of internetkunst online plaats moet vinden: 'Nee. Wat ik maak is minder kunst "op" het internet dan dat het kunst is "na" het internet. Het is de opbrengst van mijn compulsieve surfen en downloaden.'

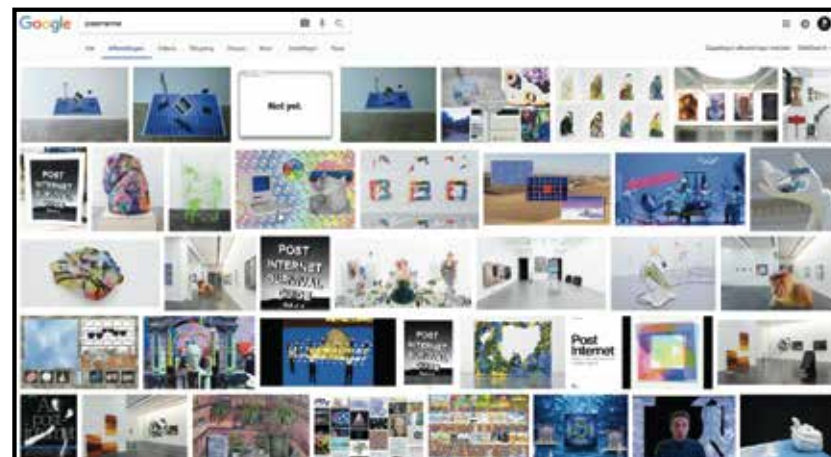
Ik creëer performances, liedjes, foto's, teksten of installaties die direct afkomstig zijn van materiaal op internet of mijn activiteit op het internet.²⁵ Postinternetkunst, stelt Olson, komt voort uit de invloed die het internet heeft op het dagelijks leven en de kunstpraktijk. Dat sluit aan bij de opvatting van criticus Domenico Quaranta. Volgens hem is postinternet ontstaan uit een nieuwe generatie internetkunstenaars die het internet niet zozeer als medium beschouwt maar eerder als een culturele referentie en omgeving.²⁶ In het interview met Debatty benoemt Olson dat ook:

Het lijkt niet meer nodig om te onderscheiden of er wel of niet technologie is gebruikt in het maken van het werk – per slot van rekening is alles een technologie en gebruikt iedereen technologie om alles te doen. Wat nog interessanter is, is de manier waarop mensen beginnen met het maken van wat ik “postinternet” kunst heb genoemd in mijn eigen werk (zoals mijn Monitor Tracings), of wat Guthrie Lonergan recentelijk “internetbewuste kunst” noemde. Ik denk dat het belangrijk is om de impact van het internet op cultuur in zijn geheel te adresseren en dat kan goed worden gedaan op netwerken, maar het kan en moet ook offline bestaan. Natuurlijk is het een uitdaging om iemand uit te leggen waarom het dan nog steeds internetkunst is... Als dat er echt toe doet...²⁷

De term postinternet ontstond op het moment waarop het internet een vanzelfsprekendheid werd die we niet meer opmerken tot het er niet is, net als lucht of water. Dat is het moment waarop het internet als medium volledig is geaccepteerd door de massa. Internet is niet langer een bijzondere, nieuwe, gemakkelijke plek om in

te ‘vluchten’. Het is een plek waar we werken, tv-kijken, mensen ontmoeten, rekeningen betalen en alles en iedereen opzoeken. Internet is mainstream.

29

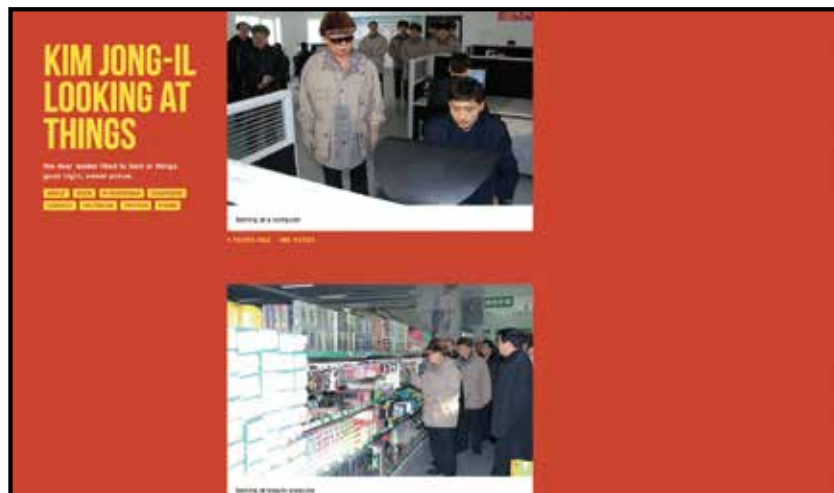


Google-zoekresultaten ‘postinternet’.

Tumblr is een microblogging-systeem en sociaal netwerk dat vooral bekend staat om verzamelingen van ideeën, opzienbarende afbeeldingen of de meest banale objecten of gedachten. Zo is er de Tumblr (en het daaruit voortgekomen gelijknamige boek), *Kim Jong-II Looking at Things* met in totaal 436 foto's waarop we de Noord-Koreaanse leider Kim Jong-II zien kijken naar de meest uiteenlopende dingen: van panty's tot een computer, van verzorgingsproducten tot een schilderij en een glazen fles. *Things Organized Neatly* is een verzameling foto's van dingen die netjes gerangschikt zijn – een Tumblr die het ook tot fysiek boek heeft geschopt. *The Art of Google Books* is een verzameling ‘foutjes’ die ontstaan zijn tijdens het digitaliseren van boeken (zoals pagina's waarop we de handen van mensen zien die de boeken hebben gescand). Op de Tumblr *Life of a Stranger Who*

Stole My Phone volgt iemand de dief van haar telefoon. De naam van de volgende Tumblr spreekt voor zich: *Rappers Doing Normal Shit*.

30



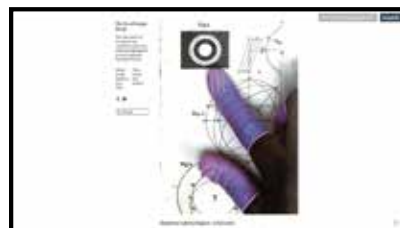
Kim Jong-Il Looking at Things, 2010 – 2012.

31



Austin Radcliffe, *Things Organized Neatly*, 2010 – heden. Foto: Dwight Eschliman, 13 augustus 2017.

32



Krissy Wilson, *The Art of Google Books*, 2011 – heden. 'Employee's gloved fingers – in full color. From the front matter of *A Popular Grammar of the Elements of Astronomy* by Thomas Squire (1818)', 19 mei 2011.

In 2009 lanceerden kunstenaar Brad Troemel en curator Lauren Christiansen *The Jogging* op Tumblr. *The Jogging* is een typisch postinternetkunstproject omdat het op strategische wijze gebruikmaakt van de structu-

ren en mogelijkheden van sociale netwerken en hierop reflecteert. Het is een ode aan de internetcultuur en tegelijkertijd een kritiek op de kunstwereld. *The Jogging* is een Tumblr op het snijvlak van *BuzzFeed*, *4chan* en experimentele kunst. Het begon oorspronkelijk als een project dat allerlei op het internet gevonden afbeeldingen in Photoshop met elkaar combineerde en het resultaat postte op Tumblr met onderschriften die verwezen naar de manier waarop galeries kunstwerken labelen. Verschillende kunstenaars sloten zich aan en werkten mee aan het project.

The Jogging wordt gekenmerkt door een DIY- (*do it yourself*) en web 2.0-prosumer-cultuur (een prosumer is iemand die zowel media consumeert als produceert). In

33



The Jogging, *Apples*, 2014.

het essay 'New Productive Systems' omschrijft Troemel de hoofdingrediënten voor succesvolle op het internet georganiseerde kunstprojecten.²⁸ Volgens hem moet de kunstenaar daarvoor de esthetiek of infrastructuur van het web begrijpen en zich aan deze architectuur aanpassen. In het geval van *The Jogging* betekent dit dat het kunstproject zich aanpast aan de infrastructuur van Tumblr: die is gefocust op links, liken en rebloggen als vorm van representatie en circulatie. De esthetiek van de content komt overeen met



Polotitz, 2014

Photograph

www

8:02 pm • 22 July 2014 • 1,111 notes

The Jogging, Polotitz, 2014.

die van meme-achtige Tumblrberichten: ze zijn snel gemaakt, grappig en makkelijk deelbaar. Hoe meer de content op Tumblr gedeeld wordt, hoe meer zichtbaarheid er met het project wordt bereikt, en hoe succesvoller het werk.

35



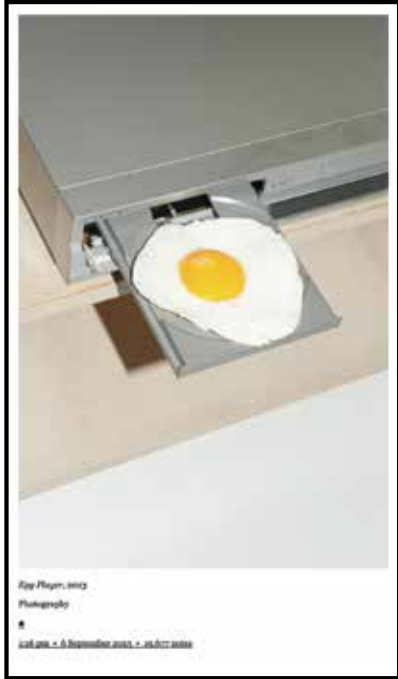
The Jogging, Che Guevara Smoking an E-Cig, 2014.

36



The Jogging, wlan router under water, 2014.

Eigenlijk is *The Jogging* een soort Surf Club, een term voor collaboratieve blogs van kunstenaars. Surf Clubs waren websites waarop leden culturele artefacten uit de krochten van het internet deelden. Zo was *Nasty Nets* een plaats voor gedecontextualiseerde geanimeerde gifjes, MIDI-bestanden, SWF-bestanden en andere troep rondslingereend op internet. *Nasty Nets* werd opgericht in 2006, hetzelfde jaar dat Facebook toegankelijk werd



The Jogging, *Egg Player*, 2013.

voor het grote publiek. Grote socialemediaplatformen stonden in 2006 nog in de kinderschoenen en online communities waren nog organisch georganiseerd. *Nasty Nets* is gearchiveerd en terug te vinden via de website van Rhizome (een organisatie die zich bezighoudt met de geschiedenis, definitie en groei van hedendaagse kunst die zich engageert met technologie en het internet).

De postinternethype in internetkunstland is voer voor de terminologiediscussie. In de introductie van *No Internet, No Art* legt curator Melanie Bühler haar keuze voor het gebruik van de term postinternet uit:



The Jogging, *Baguette Koozie*, 2012.

De term “nieuwemediakunst” heeft een zure nasmaak van iets dat uit de mode is geraakt. Internetkunst klinkt schattig maar ouderwets. Het net.art hoofdstuk lijkt te zijn gesloten. Uiteindelijk – ten minste voor nu – is postinternet een buzzword geworden dat zo vaak is bediscussieerd dat het mensen verveelt.²⁹

Postinternet is inderdaad een gehypet label dat insiders, waaronder curator Brian Droitcour, verveelt. Sterker nog, Droitcour *haat* de term. Volgens hem wordt postinternetkunst gemaakt vanuit de behoefte om het werk er online visueel aantrekkelijk uit te laten zien: gefotografeerd onder fel licht in een (gefakete) *white cube*, met hoog contrast en eruit springende kleuren. Postinternetkunst is volgens hem niet meer dan een manier om als kunstenaar je werk te promoten op het internet, met andere woorden, een marketingstrategie. In het essay ‘Why I Hate Post-Internet Art’³⁰ vergelijkt hij postinternetkunst met wasmiddel; postinternetkunst ziet er volgens Droitcour op het scherm net zo goed uit als wasmiddel in een reclame, maar in het echt ziet wasmiddel in een wasmachine er een stuk minder aantrekkelijk uit, net als postinternetkunst in een galerie. Droitcour beschouwt postinternetkunst als simpele reflectie op het internet, gemaakt op eenzelfde manier waarop grote merken zichzelf binnen sociale netwerken profileren en deze zo domineren. Hij schrijft:

Postinternetkunstenaars weten waar het internet toe *dient*, het dient voor het promoten van hun werk. Postinternetkunst pronkt met een goedkope, slimme manier om afbeeldingen te verspreiden en de rol van documentatie in het maken van een kunstcarrière. Postinternetkunst lijkt op kunst die gaat over het idee

van succes in de kunstwereld – het soort kunst dat je zou maken om een bekende kunstenaar te worden als je verder nergens iets om geeft.³¹

Ook in de definitie van kunstenaar Constant Dullaart is postinternetkunst gefocust op de commerciële esthetiek die, in termen van zichtbaarheid, goed werkt online. Hij definieert postinternetkunst als een ‘conventionele, misschien zelfs nostalgische, object-georiënteerde kunstpraktijk, gebaseerd op een commerciële esthetiek die verspreid wordt op sociale netwerken en in reclames.’³² Ik kan me vinden in de kritiek van Droitcour en Dullaart, de *flashy* esthetiek verbergt in sommige gevallen alleen maar een oppervlakkig of slecht uitgedacht concept. Desalniettemin wint visueel aantrekkelijk beeld het ook op mijn sociale media van de conceptueel ijzersterke maar visueel minder aantrekkelijke kunst. Ik ben stiekem altijd een beetje teleurgesteld als ik een heel goed kunstwerk zie dat niet foto- of videogeniek is. Een lekker visueel beeld (fel licht, scherp contrast en opvallende, felle kleuren) ziet er vanaf het scherm nu eenmaal beter uit en zorgt voor meer likes, clicks en retweets. Sociale netwerken stimuleren beloningsgericht gedrag waardoor in de huidige aandachtseconomie het risico van oppervlakkigheid heerst. Kwantiteit – lees: aandacht en zichtbaarheid – lijkt belangrijker, of in ieder geval bevredigender, dan kwaliteit. Wat is belangrijker: kunst met een goed concept of kunst die er mooi uitziet op een foto?

Curator Lindsay Howard maakte in 2016 de tentoonstelling ‘Temporary Highs’ bij Bitforms Gallery in New York. De tentoonstelling bestond uit werken van kunstenaars die verkennen hoe de structuur van het internet precies zulk beloningsgericht gedrag en een compulsieve

cyclus van (*over*)*sharing* en consumptie mogelijk maakt. Volgens Howard zijn dit soort verslavende praktijken voor veel mensen die op internet werken normaal geworden. Howard vertelde me in een interview dat ze in aanloop naar de tentoonstelling aan kunstenaars had gevraagd of likes en retweets de manier waarop ze een werk maken beïnvloeden:

Veel van hen zeiden dat ze zich er schuldig over voelden, maar dat ze dat deden. Iets posten is een manier van onmiddellijke feedback. Als het kunstwerk geen likes krijgt, schrap je het waarschijnlijk. Een van de kunstenaars zei dat ze twee kunstwerken op Instagram had gezet. De een kreeg veel minder likes maar ze gebruikte het toch in een tentoonstelling. Het was het werk dat niet verkocht werd. Ze dacht dat er misschien een inherente intelligentie zit in sociale media en de feedback die we daar krijgen. Het is belangrijk om gesprekken te hebben over hoe sociale media kunstenaars beïnvloeden in het creëren en tonen van hun werk, omdat het een grote impact gaat hebben op hoe kunst er over vijftig jaar zal uitzien.³³

In de traditie van de kunsten, waarin autonomie en authenticiteit een belangrijke rol speelden, klinkt dit natuurlijk verschrikkelijk. Maar tijden veranderen. Kunst die ontstaat uit een verlangen naar onmiddellijke beloning is een reactie op de socialemediacultuur waarin we leven. Is dat niet precies wat kunstenaars horen te doen, reflecteren op de cultuur? Daarnaast is het ook best slim om je publiek te betrekken in het maakproces, want succes, ook financieel, wordt dan een stuk vanzelfsprekender.

Het is niet makkelijk om kunstenaar te zijn. Op een aantal grote, bekende kunstenaars na is het voor de meeste kunstenaars een uitdaging om iedere maand de huur te kunnen betalen. Kunstenaars Joshua Citarella en Brad Troemel bedachten daar iets op. *Ultra Violet Production House* maakt net als *The Jogging* gebruik van de inherente krachten van het internet, waaronder het creëren van zichtbaarheid door de circulatie van afbeeldingen. Maar waar *The Jogging* stopt als een (postinternet) 'marketingstrategie' nemen Citarella en Troemel met *Ultra Violet Production House* een volgende stap in het aanbieden, produceren, verkopen en distribueren van kunst met gebruik van het internet. *Ultra Violet Production House* is eigenlijk de Uber of Airbnb van de kunstwereld: een potentieel ontwrichtend alternatief.

Ultra Violet Production House is een winkel op Etsy, een website waar iedereen zijn of haar (zelfgemaakte) producten kan verkopen. De foto's in de Etsy-winkel zijn Photoshop-manipulaties: nieuwe combinaties van bestaande producten gevonden in webshops. Deze

39



Ultra Violet Production House, airBNB housing solution: remain on your Lower East Side apartments fire escape in a hanging tent while guests pay off your month's rent.

40



Ultra Violet Production House, mobile SOLAR powered tanning canopy for Outdoors.

41



Ultra Violet Production House, crust COUCH.

nieuw samengestelde producten zijn niet alleen grappig, ze reflecteren ook op de hedendaagse makerscultuur: Pinterest, waar je je laat inspireren, en Etsy, waar je je zelfgemaakte spullen verkoopt. Als je een kunstwerk koopt krijg je (via verschillende webshops)

het materiaal, het gereedschap en een handleiding om het kunstwerk in elkaar te zetten thuisgestuurd. Als je de *airBNB housing solution: remain on your Lower East Side apartments fire escape in a hanging tent while guests pay off your month's rent* koopt ontvang je, naast een bewijs van echtheid en de installatiehandleiding, een hangende tent, een slaapzak, een zaklamp en een mueslireep. *Ultra Violet Production House* is een ingenieus werkmodel om de (financiële) risico's die verbonden zijn aan het kunstenaarschap te verminderen. Je hebt geen atelier, inventaris, gereedschap of vervoer nodig. Met *Ultra Violet Production House* zijn Citarella en Troemel in staat voortdurend en in een hoog tempo nieuwe kunstwerken te creëren, promoten en verkopen. In een toelichting op het werk schrijven ze: 'Als postinternetkunst een printmagazine is met een actieve aanwezigheid op blogs, dan is *Ultra Violet Production House* Amazon Prime: een volledig uitbesteedde online inventaris van materiële goederen.'³⁴

Is *Ultra Violet Production House* postinternetkunst? Of misschien zelfs post-postinternetkunst? Josephine Bosma schreef me in een e-mail in 2016 dat de beweging of het momentum van postinternetkunst eigenlijk

al een beetje dood is. Het is niet zo gek dat zij dit vindt: postinternetkunst is volgens haar definitie van internetkunst namelijk gewoon internetkunst. Lindsay Howard grapt zelfs dat de term al verlopen was op het moment dat Olson hem uitsprak. Is postinternetkunst ten onder gegaan op het moment dat internetkunst de 'massa' heeft weten te bereiken en daardoor mainstream is geworden?

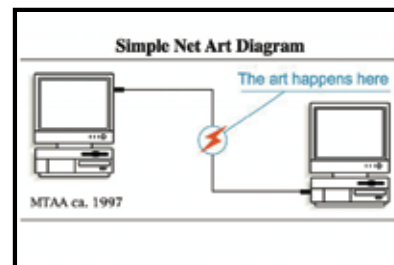
'What is Post-Internet Art?' pronkte in 2015 op de cover van het zomernummer van kunstmagazine *Elephant*. In het artikel 'Post-Internet Art: You'll Know It When You See It' vraagt schrijver Gary Zhexi Zhang zich af of postinternet een opkomend discours is dat probeert uit te drukken hoe in de digitale context de betekenis van kunst en afbeeldingen verandert, of dat het een 'gezicht vol virtuele suikerspin' is. Na jaren ondergronds te hebben geleefd binnen een kleine kring van internationale kunstenaars en critici, brak in 2015 de postinternetkunst uit haar niche door in de markt. De interesse was gewekt toen de kunstwereld zich realiseerde dat er geld verdiend kon worden. Natuurlijk leidde dit tot bezwaren in de (post)internetkunstwereld. Op het moment dat postinternetkunst de mainstream bereikte, werd ze al snel gereduceerd tot een stijl in plaats van een reeks ideeën en idealen: 'het belangrijkste bezwaar was dat in plaats van het creëren van een totaal nieuwe manier om kunst te maken en te ervaren, de kunstmarkt alleen de esthetiek heeft overgenomen, de ideologie heeft gedumpt en geld begon te verdienen.'³⁵

Of je postinternetkunst nu haat of geweldig vindt, ze heeft (al dan niet als geslaagde collectieve marketingactie) de afgelopen jaren de aandacht weten te trekken van de gevestigde kunstwereld. En dat is niet alleen maar

negatief. De zichtbaarheid van kunstenaars die zich op de een of andere manier bezighouden met internet en digitale technologie is enorm gegroeid, net als het aantal gerelateerde publicaties, tentoonstellingen en symposia. Steeds meer galleries, kunstfestivals, evenementen en musea tonen interesse in internetkunst. Het Stedelijk Museum Amsterdam heeft zelfs op de valreep van 2016 samen met Museum of the Image (MOTI) in Breda geïnvesteerd in wat zij noemen digitale kunst, door het aankopen van zeventien toonaangevende kunstwerken. Een belangrijke stap in de waardering van internetkunst.

Omdat het opnemen van een website in een tentoonstelling in een museum niet zo interessant is – waarom zou de bezoeker het kunstwerk dan niet thuis op de bank in

42



MTAA, *Simple Net Art Diagram*, GIF, 1997.

joggingbroek bekijken – zijn internetkunstenaars ook op zoek gegaan naar manieren om digitale kunst op een relevante wijze offline tentoon te stellen. Digitale vormen en symbolen transformeren zij naar fysieke materie. Omdat we niet gewend zijn aan een scrollbar in de fysieke

ruimte leveren deze transformaties vreemde, bizarre en bijzondere beelden op. Jan Robert Leegte behoort tot de nieuwe generatie kunstenaars die zowel digitale als fysieke internetkunst maakt. Hij onderzoekt met zijn werk de relatie tussen de computer en de kunstenaar. Leegte: 'Net als bij elke andere kunstvorm vergt het jaren om met je materiaal te leren werken. HTML is in dit geval mijn steen en beitel. Het is heel lang voelen en tasten: een echt leerproces.'³⁶



Jan Robert Leegte,
Dada net art diagram, 2016.

Op de website *Scrollbar Composition* wordt je browser opgedeeld in blauwe en grijze vlakken met scrollbar-ken die uit zichzelf op en neer bewegen binnen hun venster. Je kunt de scrollbar-ken ook zelf verslepen. Omdat de vormgeving van scrollbar-ken verschilt per besturingssysteem, en daar telkens updates voor komen, kent *Scrollbar Composition* meerdere gedaanten. Vroeger scrollde ik in Windows met behulp van een opvallende, hoekige, grijze balk en pijltjes-knoppen met slag-

schaduw, nu zijn de minimalistische scrollbar-ken in macOS Sierra haast onzichtbaar. Het gebeurt dan ook weleens dat iemand – ja, meestal ouder dan ik – mijn MacBook probeert te bedienen en de scrollbar-ken niet begrijpt, ze zijn zo onopvallend dat je ze bijna niet meer ziet. Op *De Correspondent* zegt Leegte dat scrollbar-ken misschien over een tijdje wel helemaal zijn uitgestorven, wat het einde van de website *Scrollbar Composition* zou betekenen.

Leegte maakt niet alleen kunst op internet, *Scrollbar Composition 2011* is een fysiek tastbare vertaling van het oorspronkelijke webbrowsers-kunstwerk. De scrollbar-ken worden geprojecteerd op een houten frame waardoor de ruimte wordt omgetoverd tot internetbrowser. Volgens Leegte waren dit soort postinternettaferelen in het begin

van zijn carrière als kunstenaar *not done*. In een interview met *NRC Handelsblad* zegt hij:

Ik was heel rechtlijnig. Mijn werk bleef aanvankelijk beperkt tot een online expositie ervan. Het mocht echt niet offline. Online sta je als kunstenaar rechtstreeks in contact met de toeschouwer. Daar komt niemand tussen, heel anti-institutioneel. Twee decennia later ben ik wat gematigder: internet-minded materiaal durf ik ook te tonen in een galerieruimte. Het hoeft zelfs niet eens allemaal meer aan stroom te hangen.³⁷

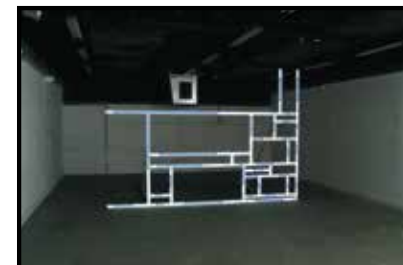
Het doordringen in de institutionele wereld, op zoek naar waardering, lijkt naarmate de tijd vorderde belangrijker te zijn geworden voor Leegte. In een ander interview zegt hij dat musea veel meer geïnteresseerd waren in zijn fysieke werken. Het online werk was te underground en mensen dachten (net als met het werk van JODI) dat hun computer gehackt werd.³⁸ Fysieke manifestaties van postinternet kunnen daarom ook beschouwd worden als poging om de kunstwereld binnen te dringen. En dat is gelukt. *Scrollbar Composition* (de digitale variant) is een van de werken in de aankoop van het Stedelijk Museum Amsterdam en MOTI.

44



Jan Robert Leegte,
Scrollbar Composition, 2000,
collectie Stedelijk Museum
Amsterdam/MOTI.

45



Jan Robert Leegte,
Scrollbar Composition 2011, 2011.

Kunstenaar Evan Roth onderzoekt met *Internet Landscapes* de fysieke kant van het internet. Het werk is het resultaat van Roths reizen naar plaatsen op verschillende continenten waar onderzeekabels van het internet aan land komen. Hij documenteert deze fysieke locaties in foto en video, en om het onzichtbare digitale landschap te documenteren gebruikt hij elektromagnetische frequenties zoals infrarood en radio. Om dit te kunnen doen maakte Roth zijn eigen geluidsopname-apparatuur gebaseerd op de spirit box, een apparaat dat radiofrequenties scant en gebruikt wordt door paranormale gemeenschappen. Roths apparaat is gekoppeld aan zijn hartslag, die de radiofrequentie in real time verandert. Het resultaat is een mix van omgevingsgeluid dat klinkt als witte ruis en fragmenten van lokale radiozenders. *Internet Landscapes* bestaat uit zowel de infraroodvideo's met geluidsopnamen van de omgeving en het radiospectrum op de locaties. Het geheel is alleen te bekijken en beluisteren via de websites waarvan de data worden gehost in het land van locatie. De URL's (bijvoorbeeld: www.n57.630653e11.878293.se) verwijzen naar de exacte gps-locaties. Terwijl je naar de video kijkt ben je dus letterlijk verbonden met die plek. Het infraroodbeeld is ook een verwijzing naar de fysieke

46



Evan Roth, *Internet Landscapes*:
n57.675322e11.662511.se, 2016.

47



Evan Roth, *Kites & Websites*,
Belenius/Nordenhake, Stockholm,
2016.

48



Evan Roth, *Landscapes*:
n22.207525e114.258659.hk,
n22.209240e114.257359.hk,
n22.210230e114.256256.hk,
n22.210512e114.256075.hk,
n22.228900e113.936487.hk,
n40.733106w72.870375.us.com,
n40.756073w72.930950.us.com,
n48.879773e2.367629.fr,
n50.204520e1.538171.fr,
n57.675322e11.662511.se,
n57.680235e11.668160.se,
n57.888698e11.688815.se,
s33.734152e151.304727.com.au,
s33.806901e151.299299.com.au,
s33.820180e151.184813.com.au,
s33.849695e151.244546.com.au,
s33.898239e151.275644.com.au,
s36.787854e174.775050.co.nz,
s36.809596e174.417374.co.nz,
s36.810855e174.422624.co.nz,
Network located videos 18:00, 2017.
Foto: Joshua Citarella. Courtesy
Carroll/Fletcher, The Armory Show,
2–5 maart 2017.

architectuur van het internet, omdat infrarood laserlicht wordt verzonden door glasvezelkabels. Buiten deze websites waarmee Roth de fysiekheid van het internet in beeld en geluid vertaalt, heeft hij ook manieren bedacht om zijn werk fysiek te kunnen tentoonstellen. Bijvoorbeeld door meerdere video's naast elkaar te tonen op schermen van verschillende groottes of door de infraroodfoto's die hij maakte op de verschillende locaties te printen op vliegers, een verwijzing naar de eerste technieken die werden gebruikt om te experimenteren met trans-Atlantische, draadloze communicatie. De hexagonale vliegers die offline tentoongesteld worden (en natuurlijk als gelikte afbeeldingen met fel licht,

sterk contrast en felle kleuren weer op het internet verschijnen) zijn daar een directe verwijzing naar.³⁹

Roth en Leegte zijn beiden een voorbeeld van internet-kunstenaars die niet alleen achter hun computer werken. Volgens Leegte spelen digitale cultuur en beeldtaal onder de nieuwe generatie internetkunstenaars een belangrijkere rol dan programmeren. En zoals hij benadrukt weten deze internetkunstenaars 2.0., in tegen-

stelling tot eerdere generaties, met hun werk wél de musea en galeries te vinden om zo hun werk strategisch in de context van de beeldende kunst te plaatsen. Tegelijkertijd maken zij slim gebruik van het internet en van sociale netwerken om hun werk onder de aandacht te brengen, in een taal die ook het grote publiek aanspreekt. Een goed voorbeeld hiervan is kunstenaar Rafaël Rozendaal. Hij trekt naar eigen zeggen met zijn websites meer dan zestig miljoen bezoekers per jaar.⁴⁰ Zijn websites bestaan uit (interactieve) animaties en eenvoudige composities. Het is een uiteenlopende collectie gekenmerkt door kleurrijke vormen die reageren op de muis en vaak bestaan uit geabstraheerde alledaagse vormen en objecten.

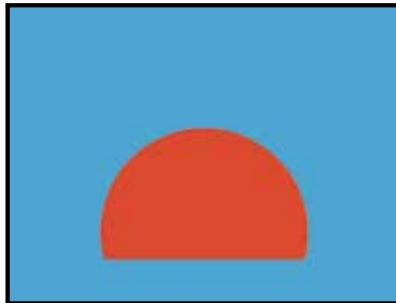
Als je *www.floatbounce.com* opent in je browser (de URL is ook altijd onderdeel van het kunstwerk) vult je browser zich met een paars-blauw kleurverloop dat ronddraait op je scherm. Zodra je klikt verschijnt er een cirkel in dezelfde kleuren die van boven naar onder en van links naar rechts op en neer beweegt. Telkens als je op de achtergrond klikt verschijnt er een nieuwe cirkel en wordt de bewegingsruimte van de cirkels kleiner, waar-

49



Rafaël Rozendaal, *Float Bounce .com*, 2016, Takuma Collection.

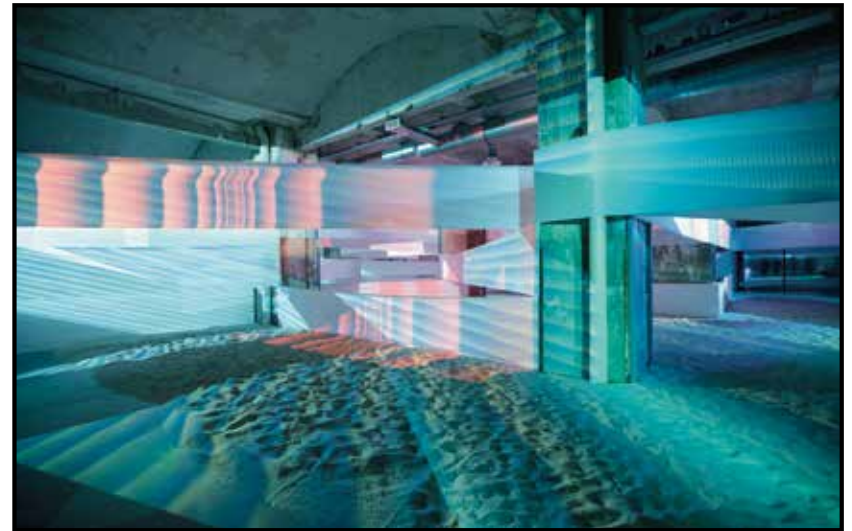
50



Rafaël Rozendaal, *Sink Slow .com*, 2014.

door ze uiteindelijk alleen nog tegen elkaar aanbotsen. Een ander werk genaamd *www.sinkslow.com* is daarentegen niet interactief. Je ziet een rode cirkel die tegen een blauwe achtergrond langzaam naar beneden beweegt en uiteindelijk verdwijnt aan de onderkant van je scherm: een digitale zonsondergang. De eenvoudige websites van Rozendaal zijn populair omdat ze gebruikmaken van een uniforme beeldtaal die bijna iedereen, waar dan ook ter wereld, begrijpt. Daarnaast zijn ze 24/7 te bekijken en voor iedereen met een internetverbinding toegankelijk. Zelfs als je een website koopt als verzamelaar moet je ervoor zorgen dat de website online beschikbaar blijft.

51



'Soft Focus: A Solo by Rafaël Rozendaal', 2015, MU, Eindhoven.
Foto: Boudewijn Bollmann.

Met eenvoudige interactie, humor, felle kleuren, kleurovergangen en duidelijke beeldtaal bereikt de kunst van Rozendaal enorm veel bezoekers; veel meer dan in een echt museum ooit zou kunnen (ter vergelijking: het

Louvre had in 2015 8,6 miljoen bezoekers). Rozendaal maakt ook werk buiten het scherm. De tentoonstelling *Soft Focus* bij MU in Eindhoven was eigenlijk één groot internetkunstwerk. Rozendaal ontwikkelde speciaal voor deze solotentoonstelling nieuw werk dat de zachte kant van technologie benadrukt. Het resultaat was een spektakel van licht dat ontstond door de projecties van bewegende websites op een web van linten, zand en ballonnen. Als bezoeker dwaalde je door een totaalervaring van pastelkleurige projecties, lopend over zand met op de achtergrond een rustgevend melodisch geluid, alsof je je in een van Rozendaals meditatieve websites bevond. *Soft Focus* was een zeer fotogenieke tentoonstelling. Ik heb er heel veel foto's gemaakt (selfies, selfies van mijn voeten in het zand, groepsselfies, portretten van anderen en anderen van mij), die natuurlijk op internet zijn beland.

52



Foto van mij bij 'Soft Focus: A Solo by Rafaël Rozendaal', 2015, MU, Eindhoven.

53



Foto van mijn voeten in het zand bij 'Soft Focus: A Solo by Rafaël Rozendaal', 2015, MU, Eindhoven.

Een andere serie internetkunstwerken van Rozendaal die bestaat in zowel online als offline gedaante is

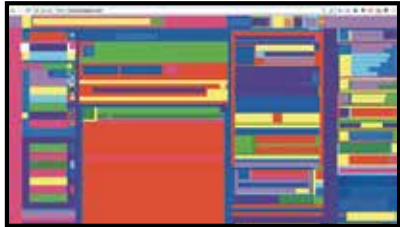
Abstract Browsing. Het digitale werk is een plug-in voor je browser die alle afbeeldingen, advertenties en tekstvelden op de websites die je bezoekt omdraait tot een abstracte geometrische kleurcompositie, waardoor de onderliggende structuur van websites duidelijk zichtbaar wordt. Rozendaal verzamelde duizenden screenshots van de composities die *Abstract Browsing* heeft gegenereerd en bracht deze terug naar de fysieke wereld in de vorm van wandkleden. Hij vergelijkt zijn werk met dat van een kunstschilder:

Ik zoek naar composities die het minst pittoresk zijn. Schilderen gaat over een gefocuste blik, over schoonheid in plaats van nuttigheid. Websites worden precies andersom gemaakt: ontwikkelaars zijn constant op zoek naar nieuwe structuren die de gebruikers verleiden ergens te klikken om de hoogste advertentieomzet te behalen. Websites worden gemaakt uit noodzakelijkheid en efficiëntie, niet vanuit schoonheid. Ik selecteer de composities die een beetje vreemd zijn, anders dan klassiek abstract schilderen dat gaat over rust en bezinning.⁴¹

Rozendaal maakte in eerste instantie alleen websites, tegenwoordig ontstaan zijn fysieke en digitale werken gelijktijdig en beïnvloeden zij elkaar. Rozendaal zelf beschouwt zijn fysieke werk overigens als meer virtueel dan de websites die hij maakt. Het woord virtueel betekent 'schijnbaar aanwezig' of 'denkbeeldig' en heeft oorspronkelijk niets met internet, computers of digitale technologie te maken. Binnen deze fluïde kunstpraktijk vormen tentoonstellingen voor Rozendaal belangrijke momenten:

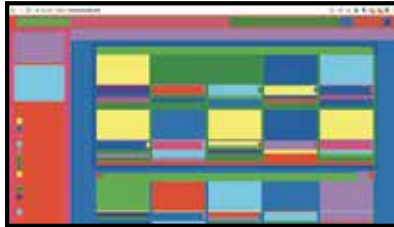
Omdat ik geen studio heb zie ik mijn fysieke werken bijna nooit; in die zin zijn ze voor mij meer virtueel dan de websites die ik altijd kan bekijken. Ik beschouw galerietentoonstellingen als een kans om de materialiteit van mijn werk te onderzoeken en het met een andere concentratie te ervaren. Waar het internet gaat over afleiding, gaat kunst in een galerie over introspectie, rust en kalmte.⁴²

54



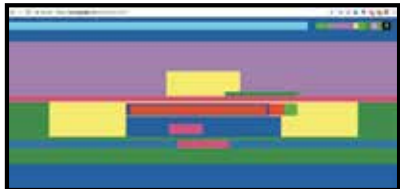
Mijn Facebooknieuws overzicht in Rafaël Rozendaals Google Chrome plug-in *Abstract Browsing*, 2014.

55



YouTube in Rafaël Rozendaals Google Chrome plug-in *Abstract Browsing*, 2014.

56



Google in Rafaël Rozendaals Google Chrome plug-in *Abstract Browsing*, 2014.

57



Rafaël Rozendaal, *Abstract Browsing 15 05 02 (Gmail)*, 2015.
Foto: Don Lewis.

58



Rafaël Rozendaal, *Abstract Browsing 16 03 08 Reddit*, 2016.
Foto: Gert-Jan van Rooij.

1.3 Buzz: het nieuwe aura

De Facebookpagina *Museum of Internet* is een van mijn favoriete plekken op internet. De Facebookpagina heeft 697.926 likes op het moment dat ik dit schrijf. Het is een ode aan digitale folklore; een verzameling afbeeldingen die laat zien waarom het internet de leukste plek op aarde is. Op de website www.museumofinter.net kan iedereen afbeeldingen toevoegen. Het is een project van Emilie Gervais en Felix Magal. Dagelijks posten zij op Facebook virale plaatjes, memes van dieren, baby's, celebrity's en de meeste gekke en slecht bewerkte beelden, zoals een man die een surfplank vasthoudt dat tegelijkertijd een toetsenbord is, een stokbrood op wiel-

59



61



63



Museum of Internet.

60



62



64



tjes, Poetin en Trump met ontbloot bovenlichaam samen op een paard, een foto van Hillary Clinton op een feestelijk podium met het bijschrift: *'Is that confetti or 30000 shredded emails?'*, mensen die in een museum naar Pokémon-plaatjes kijken en een Face Swap van een hond en een kat. *Museum of Internet* is een ode aan de populaire beeldcultuur van het internet, een verheerlijking van Photoshop, amateurisme en remixcultuur.

65

Carla Gannis, *The Garden of Emoji Delights*, 2014.

66

Carla Gannis, *The Garden of Emoji Delights*, 2014 (detail).

De remixcultuur van het internet wordt gedefinieerd als het herschikken, combineren, editen en toevoegen van originelen om iets nieuws te creëren.⁴³ Het is een fenomeen dat voorkomt uit een eeuwenoude traditie: het recyclen van oude cultuur om iets nieuws te maken. Zo is *The Garden of Emoji Delights* van Carla Gannis een reconstructie in emoji van Jheronimus Bosch' beroemde drieluik uit de vijftiende eeuw, de *Tuin der Lusten* (de Engelse titel is *The Garden of Earthly Delights*). Typerend is dat Gannis in een interview voor *Creators* vertelt dat ze

zelf het originele drieluik nog nooit in het echt heeft gezien. Ze kent het alleen van de oneindige hoeveelheid digitale beelden op het internet.⁴⁴ De eeuwenoude *Tuin der Lusten* is een populair recycleobject onder hedendaagse kunstenaars. Studio Smack maakte een halluci-

natoire animatie in zeer hoge resolutie gebaseerd op het middelste paneel van Bosch' schilderij. *PARADISE* zit net als het vijftiende-eeuwse drieluik bomvol details waar je uren naar zou kunnen kijken. De surrealistische digitale wezens in *PARADISE* leggen de buitensporigheden en verlangens van de eenentwintigste-eeuwse westerse samenleving bloot: consumptie, egoïsme, escapisme, erotische verleiding, ijdelheid en decadentie. De karakters (waaronder een geile Hello Kitty, een penislang die op cola jaagt, een vleeskleurige spionagerobot en lopende gefrituurde kippen) zijn volgens de makers symbolisch voor onze samenleving, waarin eenzame rondzwervende mensen in hun eigen digitale droomwereld. De symbolische karakters staan in sterk contrast met de verbeelding van mensen in het schilderij van Bosch, waar alle mensen op elkaar lijken.

67



Studio SMACK, *PARADISE – A contemporary interpretation of The Garden of Earthly Delights*, in opdracht van MOTI, Breda, 2016.

Cultuurfilosoof Walter Benjamin is populair in het inter-nettijdperk. Dat komt door zijn essay 'Het kunstwerk in het tijdperk van zijn technische reproduceerbaarheid' uit 1936. Hierin beschrijft hij hoe de technologische reproductie van cultuur de functie van cultuur in de samenleving veranderde. Moderne culturele uitingen zijn volgens Benjamin onlosmakelijk verbonden met technologie en de daardoor ontstane reproductietechnieken, zoals fotografie en film. Zo kan 'technische reproductie [...] de kopie van het origineel in situaties brengen die voor het origineel zelf onbereikbaar zijn.'⁴⁵ Door fotografie bijvoorbeeld hoef je niet langer naar het museum om een kunstwerk te bekijken, het kunstwerk komt naar jou toe.

Door technische reproductie is volgens Benjamin een fundamentele waarde uit de kunst- en cultuurgeschiedenis vernietigd: het 'aura', dat wat een kunstwerk uniek en onherhaalbaar maakt, is verdwenen. Het aura ontleent zijn betekenis aan authenticiteit, autoriteit, autonomie en afstand. In het geval van een foto of film is er geen sprake meer van een origineel, er zijn enkel verschillende kopieën. Hierdoor kan het origineel op verschillende manieren worden geïnterpreteerd en gebruikt worden in andere contexten of voor andere doeleinden. Je kunt het vergelijken met een goed verstopt kunstwerk in de opslag van een museum, waar nog nooit een foto van is gemaakt en waarvan alleen de museumdirecteur je kan vertellen wat de waarde en betekenis ervan is. Zodra er foto's van het kunstwerk worden gemaakt gaat het kunstwerk zijn eigen leven leiden. Niet langer ingebed in de traditie, komt de significantie van het kunstwerk op losse schroeven te staan en wordt betekenis een kwestie van consumptie. Want telkens als het werk gezien wordt, wordt er opnieuw een (andere) betekenis aan gegeven.

Fotografie en video zorgden dus voor een omslag in de functie van kunst, de cultuswaarde verdween en daarvoor in de plaats kwam de tentoonstellingswaarde.

De reproductietechniek, zo zou de algemene formule kunnen luiden, maakt het gereproduceerde los uit het bereik van de traditie. Doordat zij de reproductie vermenigvuldigt, stelt ze in de plaats van zijn unieke zijn seriële bestaan. En doordat zij het de reproductie mogelijk maakt de waarnemer in zijn eigen situatie tegemoet te treden, actualiseert zij het gereproduceerde. Deze twee processen brengen een geweldige schok teweeg [...] in de traditie [...].⁴⁶

Filosoof Jean Baudrillard gaat nog een stap verder dan Benjamin. In *Simulacra and Simulation* uit 1981 zegt Baudrillard dat beelden tot in het oneindige vermenigvuldigd worden, waardoor het onderscheid tussen het origineel en de kopie volledig is vernietigd (dit proces noemt hij simulatie). In een beeldcultuur spreken we van beelden als *simulacra*: kopieën zonder origineel. Het simulacrum omschrijft Baudrillard als een web van enkel naar elkaar verwijzende beelden dat zich langzaam om ons sluit en de werkelijkheid zelf buitensluit. Volgens hem volgt in het postmodernisme simulatie (nabootsing) niet langer op het origineel, maar gaat de simulatie vooraf aan het origineel. Simulacra genereren zo een hyperrealiteit: 'a real without origin or reality'.⁴⁷ Professor in de cultuurwetenschappen John Storey noemt als voorbeeld van hyperrealisme de mensen die brieven schrijven naar personages in soaps om te vragen hoe het met ze gaat of om ze ten huwelijk te vragen. 'In het rijk van het hyperrealisme [...] implodeert het onderscheid tussen de simulatie en de werkelijkheid, het reële en het denk-

beeldige storten continu in elkaar'.⁴⁸ Volgens Baudrillard kunnen we door simulacra geen werkelijk onderscheid meer maken tussen het origineel en de kopie, waardoor beide kunstmatig zijn geworden. Simulaties kunnen zelfs als echter worden ervaren dan het origineel. Zowel het gedachtegoed van Baudrillard als dat van Benjamin reflecteert op het onderscheid tussen echt en nep, feit en fictie, origineel en kopie. Een onderscheid dat sinds het postmodernisme voorgoed lijkt te zijn verdwenen.

In het postdigitale tijdperk kunnen we daar nog een onmogelijk onderscheid aan toevoegen: dat tussen analoog en digitaal. Kunstenaar Artie Vierkant publiceerde in 2010 het essay 'The Image Object Post-Internet' om zijn kunstproject *Image Objects* toe te lichten. Dat werk bestaat uit een serie fysieke sculpturen die voortkomen uit digitale bestanden. Vierkant maakt foto's van het fysieke werk die hij vervolgens weer online plaatst. De *Image Objects* komen zo opnieuw in de digitale wereld terecht, waarna Vierkant er vervolgens weer fysieke sculpturen van maakt. Het is een oneindig spel waarin de objecten zich telkens transformeren van digitaal naar analoog, van 2D naar 3D en vice versa. Op deze manier speelt Vierkant met de online en offline ervaringen van het werk, ervaringen die niet meer van elkaar te onderscheiden zijn. Analoog en digitaal zijn volledig samengesmolten. Vierkant reflecteert met zijn *Image Objects* en in het essay op de huidige, (post)digitale cultuur:

Postinternet is [...] het resultaat van het hedendaagse moment: per definitie gevoed door alom aanwezig auteurschap, de ontwikkeling van aandacht als valuta, de ineenstorting van de fysieke ruimte in een genet-

werkte cultuur, en de oneindige reproduceerbaarheid en veranderbaarheid van digitale materie.⁴⁹

Volgens Benjamin leidde mechanische reproductie tot de reductie van het kunstwerk tot een beeld dat losstaat van enige vorm van waarde, volgens Baudrillard zijn deze representaties door de hoeveelheid kopieën niets meer dan lege omhulsels (simulacra), en volgens Vierkant is in het postinternettijdperk het origineel niet meer waard dan de kopie. Zelfs als de bron van een afbeelding of object getraceerd kan worden, kunnen de materialiteit en de waarde van het oorspronkelijke object niet als groter dan die van de kopie worden beschouwd.⁵⁰ Het verschil tussen kopie of origineel, 3D-object of 2D-afbeelding, analoog of digitaal is opgeheven. Alles heeft een gelijke status verworven.

68



Artie Vierkant, *Image Objects*, 2011 – heden.

69



70



Artie Vierkant, *Image Object*
Thursday 4 June 2015 12:53PM, 2015.

Als het aura voorgoed vernietigd is en alles een gelijke status heeft, hoe bepalen we dan nog de waarde van een kunstwerk? Volgens filosoof Jos de Mul bestaat er in het digitale tijdperk nog wel een vorm van aura. In het geval van interactieve media heeft volgens De Mul iedere ingreep die een lezer, toeschouwer of luisteraar doet een auratisch karakter:

De “kopie” is immers niet louter een herhaling van een voorafgaand origineel, maar een unieke schepping. In zekere zin wordt iedere “kopie” een “origineel”. De waarde van de culturele representatie in het tijdvak van de digitale reproduceerbaarheid wordt opnieuw een andere. Waar in het tijdvak het unieke werk de *cultuswaarde* de waarde van een werk uitmaakte, en in het tijdvak van de mechanische reproduceerbaarheid de *tentoonstellingswaarde*, daar maakt in het tijdvak van de digitale reproduceerbaarheid de *manipulatiewaarde* de waarde van een representatie uit.⁵¹

Het digitale beeld is van nature manipuleerbaar en bevindt zich in een situatie van openheid en ondefinieerbaarheid doordat het nooit de status zal bereiken van een compleet, afgerond geheel. De Mul zegt in het artikel ‘Dataïsme. Het kunstwerk in het tijdperk van zijn digitale recombinerbaarheid’ dat de computer met zijn databasestructuur de hedendaagse esthetische ervaring constitueert. Onze esthetische ervaring van een kunstwerk wordt gevormd door de database-ontologie, die bestaat uit de vier basisoperaties van dataopslag: *add*, *browse*, *change* en *destroy*. Deze vier basisoperaties stellen ons in staat alle ingevoerde data op alle mogelijke manieren te combineren, de-combineren en hercombineren. Het aantal mogelijkheden is oneindig en het aura van

een dataïstisch kunstwerk ligt volgens De Mul daarom in haar sublieme totaliteit, de oneindige mogelijkheid van hercombinatie.

Jennifer in Paradise is een kunstwerk ontstaan uit de database-ontologie. Het is een ode van kunstenaar Constant Dullaart aan dé digitale beeldmixer, Photoshop, en de eerste gephotoshopte foto aller tijden. De originele foto werd in 1987 gemaakt door John Knoll, de bedenker van Photoshop. De vrouw op de foto is zijn vriendin Jennifer, die hij later op de dag dat de foto werd genomen ten huwelijk vroeg. In de eerste demoversie van Photoshop werd de foto meegeleverd. In een interview met Leander Roet voor *Creators* beschrijft Dullaart wat de aanleiding voor *Jennifer in Paradise* was: toen hij over de foto hoorde en er tot zijn verbazing achter kwam dat deze niet te vinden was, ging hij er als een archeoloog naar op zoek. Dullaart: 'De meeste mensen hadden in 1988 nog helemaal geen digitale foto's op hun computer staan, dus dan hadden ze tenminste die ene foto om een beetje mee te spelen.'⁵² Adobe heeft uiteindelijk Photoshop gekocht en koos voor een andere demofoto. Dullaart gebruikt de foto inmiddels al een aantal jaar in verschillende kunstwerken, waarbij hij de afbeelding telkens op andere manieren bewerkt, natuurlijk met gebruik van Photoshop.

In het geval van internetkunst is de tentoonstellingswaarde verloren gegaan. Iedereen met een internetverbinding kan het werk altijd en overal bekijken en iedereen met een beeldbewerkingsprogramma – al is het Paint – kan in een handomdraai een aanpassing aan het werk maken. Postinternetkunst kunnen we beschouwen als een poging de tentoonstellingswaarde terug te brengen in



Constant Dullaart, *Jennifer in Paradise CS6 series*, 2013, *Liquify wallpaper*, 2014 – heden. Installatie 'SITUATION #68', *SITUATIONS/Placeholder*, Fotomuseum Winterthur, 2017. Foto: Philipp Ottendörfer. Courtesy Upstream Gallery Amsterdam, Carroll/Fletcher London, Future Gallery Berlin.

internetkunst. Mij lijkt het trouwens ook leuker om als kunstenaar je werk gepresenteerd te zien in een fysieke ruimte. Alleen al omdat proosten op een nieuw werk achter je computer veel minder gezellig is.

Wat Benjamin definieerde als het aura, is het 'hier en nu' van een kunstwerk. Dat ligt volgens de curatoren van *Museum of Internet* dicht bij de notie van buzz: iets wat een korte tijd heel veel aandacht krijgt. Hoe vaker een beeld wordt gelijkt en gedeeld, hoe vaker het opduikt in het 'hier en nu' omdat het getoond wordt op verschillende schermen.⁵³ Ook criticus Gene McHugh gelooft nog in een aura: volgens hem wordt een internetkunstwerk waardevol door de mate waarin het online circuleert en gezien wordt. Als een internetkunstenaar

een kunstwerk deelt op internet kan het zonder dat iemand het opmerkt verdwijnen en vergeten worden. Maar het kan ook gedeeld worden via sociale media en blogs of zelfs worden nagemaakt, het kan veranderen en circuleren in een andere vorm dan het origineel.⁵⁴ Het aura van internetkunst lijkt volgens McHugh veel op het aura van een video of foto die zich online viraal verspreid en daardoor extra informatie bezit.

Als Benjamin zou horen dat zijn 'aura' tegenwoordig wordt vergeleken met buzz zou hij zich waarschijnlijk omdraaien in zijn graf. Het aura van een kunstwerk houdt verband met een bepaalde waarde van het werk die bepaalde experts door de jaren heen vaststellen. Voordat er een aura aan een kunstwerk kleeft moet het zich hebben bewezen. En hoewel ik echt niet wil zeggen dat de conservatieve kunsttraditie per definitie een kwaliteitsmeetlat is, ben ik wel van mening dat het aantal keren dat een werk wordt gedeeld niets zegt over de kwaliteit. Hoe vaak kan een verschrikkelijk slecht filmpje op YouTube wel niet bekeken worden? Zeggen de bezoekersaantallen van Rafaël Rozendaals website iets over de kwaliteit van zijn kunstwerken? Misschien is dit de reden waarom de gevestigde kunstwereld zich tot nu toe zo afzijdig heeft gehouden van internetkunst.

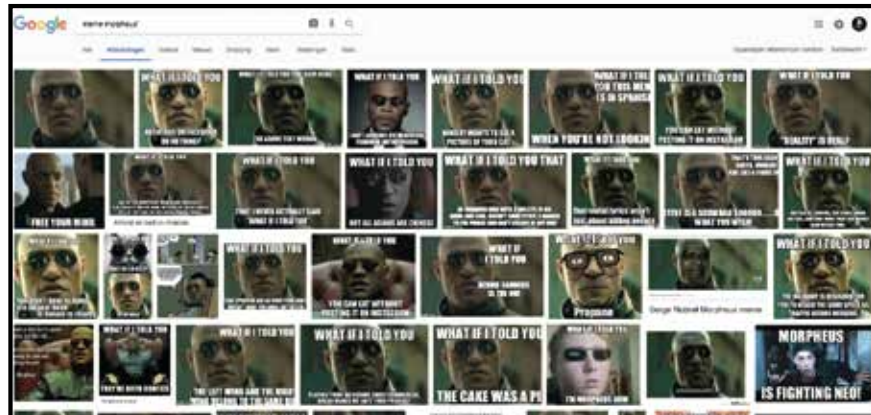
1.4

Van meme tot mainstream

Internetmemes zijn het hoogtepunt van de remixcultuur en het toppunt van buzz. Het zijn (slecht) bewerkte afbeeldingen die circuleren op internet, met in grote, zwart omlijnde witte Impact letters een humoristische, vaak grammaticaal incorrecte, tekst. Zoals een foto van een lachende Bill Clinton met de tekst: *'Just realized if Hillary wins...I get interns'*. Nog een favoriet: een stereotype nerd achter een oude Windows PC uit de jaren negentig, met in dikke letters: *'Real life? Never heard of that server'*. Internetmemes werken op basis van uniformiteit en spreken een grote doelgroep aan. Humor is een absolute must. Alles kan en alles mag; dingen die we offline niet zo snel zouden bespreken delen we online zonder erbij na te denken.

Internetmemes zijn het beste voorbeeld van de hedendaagse populaire cultuur die volledig is ontstaan en ontwikkeld op het internet. Ze worden gemaakt door anonieme internetgebruikers, intellectueel eigendom wordt genegeerd, ze verspreiden zich als een virus over het internet en kunnen tot in het oneindige gerecycled worden voor verschillende doeleinden door simpelweg het beeld of de tekst te veranderen. In tegenstelling tot de creatie- en distributieprocessen van traditionele media kunnen deze afbeeldingen vrijwel direct gemaakt en verspreid worden.

Bioloog en schrijver Richard Dawkins definieerde in *The Selfish Gene* uit 1976 een meme als een eenheid van culturele overdracht of een eenheid van imitatie



Google-zoekresultaten 'meme morpheus'.

en replicatie. Een meme kan een idee, gedrag of stijl zijn die zich verspreidt van persoon tot persoon. Het kenmerkt zich door reproductie, wat nodig is om zich te verspreiden en voort te bestaan. Zolang een internetmeme gekopieerd wordt met nieuwe onderschriften of in een andere samenstelling, blijft de internetmeme leven. Daarom moet hij in de overlevingsstrijd met andere internetmemes telkens evolueren. Uiteindelijk worden de

73



Meta-meme.

meeste internetmemes meta-memes (memes over memes): ze verwijzen naar zichzelf door zichzelf belachelijk te maken of te reageren op andere memes. Een meta-meme is vaak in eerste instantie onbegrijpelijk omdat je enige kennis van de geschiedenis moet hebben om de verwijzing of ironie te begrijpen.



Tom Galle en ART404,
Netflix & Chill Airbnb Room, 2016.

Internetmemes evolueren ook van online naar offline. Kunstenaar Tom Galle bracht, samen met art-up ART404, de populaire 'netflix and chill meme' tot leven in real life. Ze toverden een kamer om tot 'Netflix & Chill Airbnb Room' waarin je voor slechts € 360,- één nachtje kon slapen in een internetmeme. Internetmemes zijn de taal van internetcultuur en tonen ons de houding en moraal van de huidige tijdsgeest, of in elk geval een groot deel daarvan.

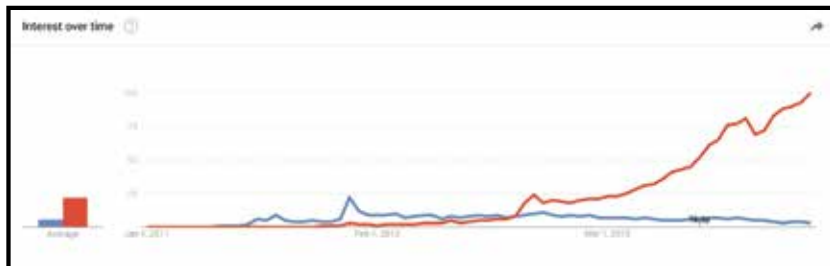
Wereldwijde connectiviteit kan ervoor zorgen dat een afbeelding, video, kunstwerk, kunstbeweging, concept, idee of wat dan ook, zich als meme in razend tempo viraal verspreidt. Zelfs de meest afwijkende, bizarre, gekke, onnozele, niche content wordt op internet gevonden en gewaardeerd door een publiek. Traditionele media presenteren van oudsher een veel minder breed aanbod gefocust op de interesse van de meest voorkomende demografie van kijkers of lezers. Het gemak

In 2009 werd 'netflix and chill' voor het eerst genoemd door iemand op Twitter. De zin werd steeds populairder en evolueerde in een internetmeme die na een aantal jaren veranderde van betekenis doordat de uitspraak een seksuele connotatie had gekregen – goed om te weten als je iemand wil vragen om te komen netflixen en chillen.⁵⁵ Inmiddels behoort 'netflix and chill' tot het standaard internetvocabulaire.

waarmee we informatie kunnen delen en vinden op internet heeft echter geleid tot een stroom van meer en meer niche content. Een fenomeen dat bekendstaat als de *long tail*. Dit begrip werd bekend door schrijver en ondernemer Chris Anderson die in *Wired* een artikel publiceerde waarin hij economische modellen beschreef van webshops als amazon.com. Het artikel werd uiteindelijk een boek: *The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More*.⁵⁶ Volgens de longtail-theorie kunnen onpopulaire producten samen een groter deel van de markt innemen dan populaire producten. De longtail-theorie geldt ook voor culturele producten, subculturen, ideeën, afbeeldingen, kunstwerken of kunstbewegingen. Alles wat op het internet gemaakt kan worden, zal gemaakt worden, en uiteindelijk gezien of gewaardeerd worden door een publiek. In het beste, of slechtste, geval zal het ook mainstream worden.

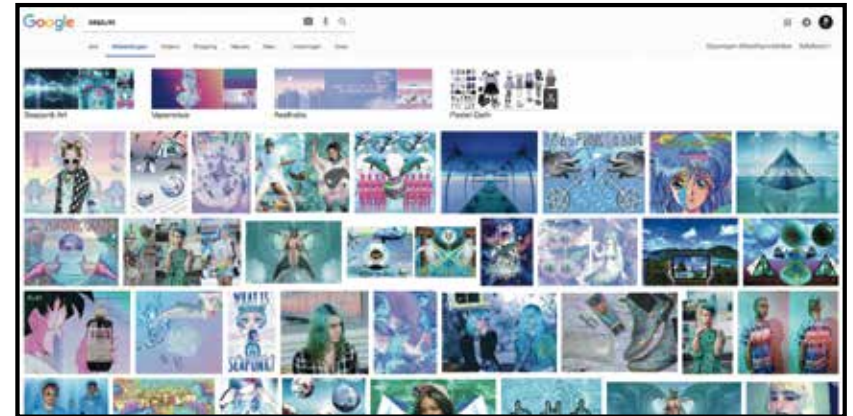
Seapunk is de eerste door het internet gevoede subcultuur die mainstream is geworden. Als je in Google Trends zoekt op de termen Seapunk (blauw) en Vaporwave (rood) zie je een tabel die heel duidelijk de internetcultuur illustreert: het toont de geboorte, het hoogtepunt en uiteindelijk de vervanging van een meme, in dit geval Seapunk.

75



Google Trends zoektermvergelijking 'Seapunk' en 'Vaporwave' in de periode 1 januari 2011 tot 1 januari 2017.

76



Google-zoekresultaten 'Seapunk'.

77



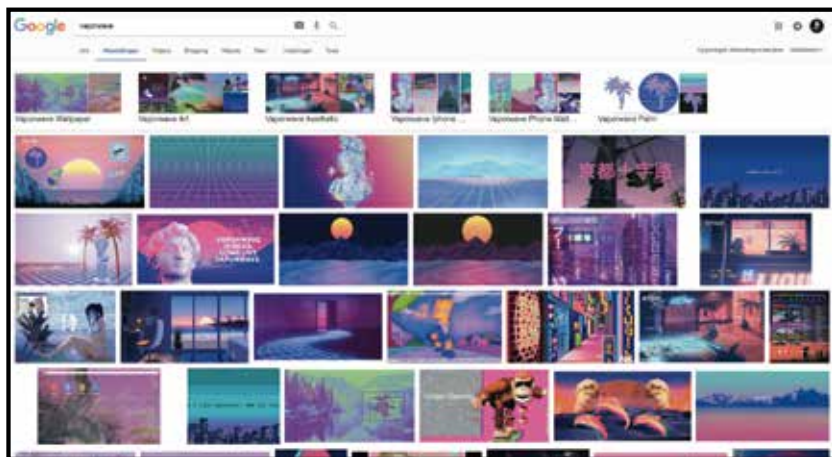
Rihanna, *Diamonds*, 10 november 2012, NBC, Saturday Night Live.

Seapunk ontstond in 2011 door een hashtag op Twitter. Het is een subcultuur met een karakteristieke muziekstijl en visuele esthetiek: een aquatische modestijl, 3D-Net.Art iconografie en verwijzingen naar popcultuur uit de jaren negentig.

Verdere kenmerken: dolfijnen die door piramides springen, zeemeerminnen met aquamarijn gekleurd haar, Sponge Bob-T-shirts en psychedelische vormen zwevend boven digitale golven. In 2012 beleefde Seapunk zijn hoogtepunt toen Rihanna bij Saturday Night Live het podium betrad en de hit 'Diamonds' zong voor een volledig onder Seapunk-esthetiek bedolven achtergrond. Veel mensen zijn van mening dat Seapunk overleed op het moment dat Rihanna op het podium stond, omdat dat betekende dat Seapunk mainstream was geworden. Anderen vinden het juist goed wanneer een groot publiek in aanraking komt met iets uit de underground.

Seapunk bestaat nog steeds maar is voor een groot deel getransformeerd in Vaporwave. Vaporwave is een micro-muziekgenre dat in de vroege jaren tien werd geboren op Tumblr en inmiddels is doorgedrongen tot het grote publiek. In de video 'How Seapunk Went from Meme to Mainstream' van Vox wordt deze doorbraak verbonden aan het album *Currents* dat de band Tame Impala (3.138.792 maandelijkse luisteraars op Spotify) in 2015 lanceerde; zowel het artwork als de videoclip en de muziek bevatten elementen van Vaporwave.

78



Google-zoekresultaten 'Vaporwave'.

Vaporwave komt voort uit commerciële en populaire muziekstijlen zoals lounge, smooth jazz en aan consumptisme gerelateerde liftmuziek, die gemixt worden tot een elektronisch, dromerig geluid. Het wordt beschouwd als een *inside joke* van de muziekwereld en een verheerlijking van het stelen van het werk van andere artiesten.⁵⁷ De visuele esthetiek lijkt veel op die van Seapunk (elementen van jaren tachtig en negentig subculturen,

glitch-kunst, screensavers, web 1.0-esthetiek, Windows 95-logo's, afbeeldingen van wolken, Romeinse bustes, tropische landschappen, elementen uit de Japanse cultuur, oude reclames en een Davidsculptuur wiens penis bedekt is door een paarse neontriangel), alleen zie je minder pastelkleurige schelpen en dolfijnen terug. In plaats daarvan wordt gebruik gemaakt van digitale renders van modelwoningen, billboards en buitenaardse landschappen.

Vaporwave is een kritiek op de commerciële bedrijfs-cultuur en het kapitalisme. Muziektheoreticus Adam Harper schrijft in het artikel 'Comment: Vaporwave and the Pop-art of the Virtual Plaza' voor muziekwebsite *Dummy* over de herkomst van Vaporwave.⁵⁸ De term is een parodie op *vaporware*: een strategie van bedrijven om concurrenten op afstand te houden door toekomstige producten aan te kondigen die uiteindelijk nooit gelanceerd worden. Simpel gezegd: het verkopen van lucht. Daarnaast verwijst de term naar een passage uit *Het Communistisch Manifest* van Karl Marx en Friedrich Engels: 'Al het feodale en al het vaststaande verdampt'.⁵⁹ Een uitspraak die in het Engels een meme-achtige status heeft verworven: 'All that is solid melts into air.' Het refereert aan de voortdurende veranderingen in de maatschappij onder het burgerlijk kapitalisme in de negentiende eeuw.

De voortdurende omwenteling van de productie, de onafgebroken schok aan alle maatschappelijke toestanden, de eeuwige onzekerheid en beweging onderscheidt de bourgeoisperiode van alle andere. Alle vaste, ingeroeste verhoudingen met hun gevolg van eerwaardige voorstellingen en zienswijzen worden

opgelost, alle nieuwgevormde verouderen, voordat zij zich kunnen verstenen. Al het feodale en al het vaststaande verdampt, al het heilige wordt ontwijd, en de mensen zijn eindelijk gedwongen hun plaats in het leven, hun wederzijdse betrekkingen met nuchtere ogen te aanzien.⁶⁰

Sinds de negentiende eeuw is er natuurlijk van alles veranderd, toch lijkt Marx en Engels' observatie van een systeemcrisis veel op de huidige maatschappelijke situatie. We leven in tijden waarin aan de lopende band nieuwe producten, technologieën en ideeën worden gelanceerd. Je gloednieuwe iPhone is verouderd op het moment dat je hem uit het gelikte doosje hebt gehaald. Een tijdperk van acceleratie waarin we het gevoel hebben dat alles zo snel gaat dat we het niet meer bij kunnen houden, met burn-outs tot gevolg. Op deze problematiek kom ik later nog uitgebreid terug. Mijn oud-docent Hans van Driel gebruikte het internet als metafoor voor het digitaliserend wereldbeeld, omdat het internet gezichtsloos is en nauwelijks hiërarchie of eigendomsverhoudingen kent. Het postmodernisme werd gekenmerkt door een crisis in de status van kennis in westerse samenlevingen, het einde van de meta-narratieven. Overkoepelende, totaliserende en universele verhalen zoals het marxisme, het liberalisme en het christendom werden afgezworen. In het digitale tijdperk hebben vele kleine, nauwelijks oorzakelijk verbonden fragmenten, geplaatst in een open systeem, de plek van deze grote verhalen ingenomen. Zoals Van Driel zegt: 'Het internet is immers van niemand, kent begin noch einde, is een caleidoscoop.'⁶¹ Volgens Adam Harper wordt in deze context het citaat 'Al het feodale en al het vaststaande verdampt' bijna een accelerationistische

uitspraak die de onvermijdelijke veroudering als gevolg van de snelle opeenvolging van nieuwigheden omschrijft die de basis is van de kritiek van Vaporwave-kunstenaars. Vaporwave zelf kon natuurlijk ook niet aan die veroudering ontsnappen.⁶²

Micro-genres als Seapunk en Vaporwave illustreren de voortdurende behoefte van online media aan nieuwigheid. Anders dan Seapunk is Vaporwave volgens schrijfster Michelle Lhooq wel 'punk', 'in die zin dat het voortkomt uit een subversieve politieke doelstelling: het ondermijnen van de ijzeren greep van globaal kapitalisme... door de vervreemdende leegte ervan bloot te leggen.'⁶³ Volgens Harper kunnen we het werk van Vaporwave-kunstenaars beschouwen als een reactie op het laatkapitalisme. Het zijn volgens hem sarcastische antikapitalisten die de leugens en ontsporingen van de moderne techno-cultuur en haar representaties bekritisseren. De manier waarop Vaporwavers dat doen lijkt tegenstrijdig, want ze maken gebruik van hetgeen ze bekritisseren: zowel de muziek als de visuele elementen zijn volledig gerecycled.

Net als zoveel internettrends werd Vaporwave binnen no-time doodverklaard. In 2015 lanceerde MTV een nieuwe huisstijl met pastelkleuren, slecht gemodelleerde

79



MTV-huisstijl, 2015.

3D-computergraphics en visuele elementen rechtstreeks afkomstig van Tumblr-microblogs, geïnspireerd op de visuele esthetiek van Vaporwave en Seapunk. Jordan Pearson schrijft in het artikel 'How Tumblr and MTV

Killed the Neon Anti-Corporate Aesthetic of Vaporwave' op *Motherboard* dat de huisstijl een verwijzing is naar de (nostalgische) belangstelling van de huidige MTV-generatie voor de software-esthetiek van het verleden. Het betekende het einde van Vaporwave, omdat de cynische impuls waaruit het genre ooit was ontstaan plotsklaps was verdwenen.⁶⁴

Vaporwave, Seapunk en postinternetkunst illustreren de karakteristieken van het internet en de invloed van het internet op kunst en cultuur. Deze snel opkomende hypes kregen allemaal, net als een internetmeme, binnen een mum van tijd enorm veel aandacht en zichtbaarheid. De populariteit is echter van korte duur en binnen no-time worden de hypes doodverklaard of zijn ze getransformeerd in iets nieuws. In termen van communicatiewetenschapper Marshall McLuhan is dit karakteristieke proces op te vatten als de boodschap van het internet. De snelheid ervan maakt het lastig om grip te krijgen op interessante bewegingen binnen kunst en cultuur. In de strijd om zichtbaarheid en erkenning betekent het moment waarop iets uit de niche of underground komt en de massa bereikt en mainstream wordt, tegelijkertijd het einde.



2 Nieuwe esthetiek



2

Nieuwe esthetiek

Everything in the world exists in order to end up on the web.

Kenneth Goldsmith⁶⁵

Everything on the web exists in order to end up in the world.

Kenneth Goldsmith⁶⁶

In 1967 werd de aarde voor het eerst in zijn geheel vastgelegd door een weersatelliet. En in 1972 werd een van de meest beroemde foto's aller tijden genomen door de bemanning van de Apollo 17: de *Blue Marble* (blauwe knikker). Inmiddels zijn we zo bekend met het beeld van de blauwgroene bol tegen een pikzwarte achtergrond dat het moeilijk voor te stellen is hoe het moet zijn geweest om niet te weten hoe onze planeet er vanuit de ruimte uit ziet – laat staan te denken dat zij plat is (ongelofelijk maar waar: aanhangers van The Flat Earth Society (94.504 likes op Facebook) denken dat nog steeds). Zeker sinds de lancering van Google Earth en andere geo-apps.

Nu is Google zonder twijfel een van de grootste informatievoorzieners ter wereld. De zoekmachine geeft op de meest onwaarschijnlijke zoekwoorden binnen een fractie van een seconde miljoenen resultaten, en met de applicaties Maps en Earth zijn ook alle mogelijke geografische gegevens altijd binnen handbereik. Google Maps heeft de fysieke landkaart en stadsplattegrond overbodig gemaakt en wijst je overal ter wereld de weg

met geolocatie (software waarmee de geografische locatie van een computer wordt bepaald). We vliegen inzoomend en uitzoomend over de aarde met Google Earth, naar verre sterrenstelsels met Google Sky en lopen op de maan met Google Moon.

80



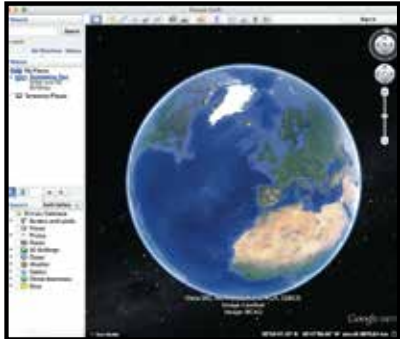
De eerste kleurenfoto van de volledige aarde door de ATS-3 satelliet op 10 november 1967.

81



De Blue Marble, foto van de aarde genomen op 7 december 1972 door de bemanning van de Apollo 17 op ongeveer 45.000 kilometer afstand van de aarde. Foto: Earth Science and Remote Sensing Unit, NASA Johnson Space Center.

82



De aarde in Google Earth, 2015.

83



De aarde in Google Earth, 2017.

Deze eenentwintigste-eeuwse technologieën hebben het voor iedereen mogelijk gemaakt om vanaf je luie stoel te kijken als vanuit de ruimte. In een van de eerste lezingen over zijn project *The New Aesthetic*, getiteld 'Waving at the Machines', zegt kunstenaar en schrijver James Bridle daarover:

We kennen allemaal de satellietmodus. We kennen allemaal Google Earth. Vijfhonderd jaar geleden schilderden mensen denkbeeldige uitzichten vanuit de lucht. Er waren dingen zoals panoramische uitzichten en het vogelvluchtperspectief, wat volledig het werk van de verbeeldingskracht van de kunstenaar was. Ongeveer tweehonderd jaar geleden werd het mogelijk om te schilderen vanuit ballonnen en werden ware panorama's benaderd. Nu hebben we overal satellieten en kunnen we alles zien – bijna alles [...] Maar we zijn ons daarvan bewust. Ondanks dat we op de grond staan [...] weten we hoe het er vanaf daar uitziet, omdat machines het mogelijk hebben gemaakt ons te laten kijken vanuit de lucht. Dat is iets nieuws, en iets vreemds.⁶⁷

Ken je het verlangen naar control-Z in real life, waarmee je dingen ongedaan zou kunnen maken, bijvoorbeeld wanneer je iets kapot hebt laat vallen? Of het verlangen naar control-F wanneer je je sleutels kwijt bent? Digitale concepten, vormen en elementen banen zich een weg naar de fysieke wereld als gevolg van ons intensieve gebruik van digitale technologie. *The New Aesthetic* is een doorlopend onderzoeksproject van Bridle waarin hij dat soort bewegingen documenteert op Tumblr:

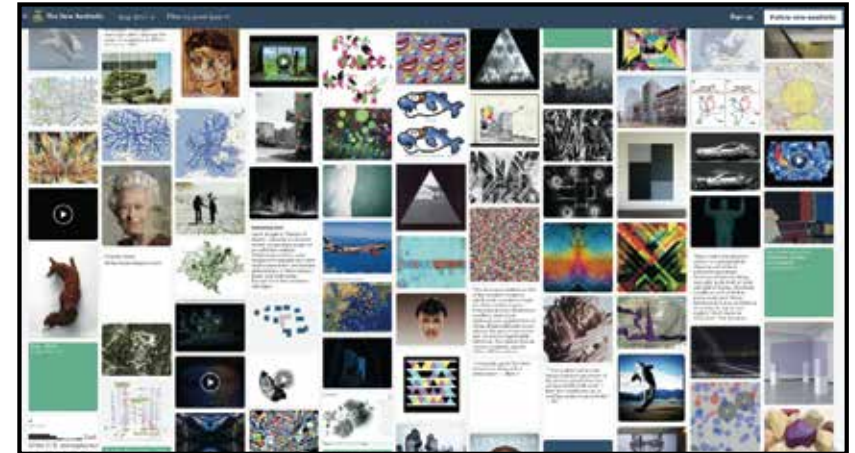
Sinds mei 2011 verzamel ik materiaal dat wijst op nieuwe manieren waarop we de wereld zien; een echo van de samenleving, technologie, politiek en mensen die deze nieuwe manieren van zien coproduceren. The New Aesthetic is geen beweging, het is niet iets dat *gedaan* kan worden. Het is een serie artefacten van het heterogene netwerk dat de verschillen en hiaten in onze los van elkaar bestaande, maar overlappende realiteiten herkent.⁶⁸

De eerste berichten op de Tumblr-pagina laten vooral voorbeelden zien van digitale elementen die opduiken in de offline wereld en zo de samensmelting van online en offline benadrukken. Zoals *Digital Orca*, een sculptuur van kunstenaar Douglas Coupland gemaakt met voxels (3D-pixels); een fysieke Facebook-like-button op een opening van een datacentrum; en de cover van de VPRO Gids met een foto van een persoon die een huidkleurige, gepixelde afbeelding van een gezicht voor zich houdt (het nummer ging over privacy).

Op het moment dat ik dit schrijf zijn er meer dan 3.275 berichten geplaatst op www.new-aesthetic.tumblr.com; afbeeldingen van design, architectuur, productontwerp, mode, kunst, *street art*, pixelpatronen, referenties naar games, satellietbeelden, datavisualisaties, drones, glitches, gecamoufleerde objecten, iBeacons, screenshots uit videogames, felle RGB-kleuren, infographics en andere vormen van informatievisualisatie, en nog veel meer. Het zijn allemaal voorbeelden van dingen die zonder digitale technologie en het internet niet zouden bestaan. Bridle stelt met The New Aesthetic een esthetische wending voor die voortkomt uit een 'nieuwe natuur'. Deze nieuwe natuur is een door mensen gecreëerde

technologische natuur die niet zoveel van doen heeft met flora en fauna maar meer met avatars en algoritmes.

84



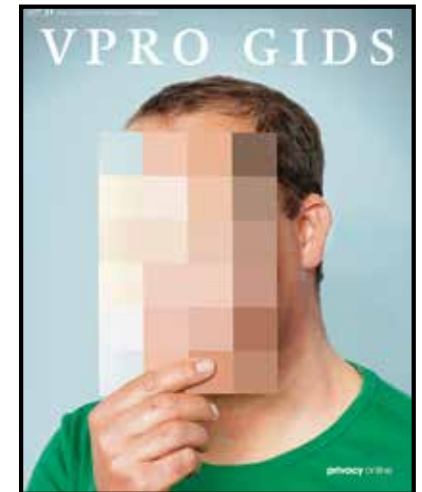
De eerste berichten uit het archief van The New Aesthetic-Tumblr.

85



Douglas Coupland, *Digital Orca*, 2009. Foto: Xicotencatl.

86



VPRO Gids cover, 2010, beeld & design: Jona Rotting. Foto: Arjan Benning.



Tom Furlong, Facebook Director of Technical Operations en burgemeester van Prineville, Oregon Betty Roppe bij de opening van het Facebook Prineville datacenter op 15 april 2011. Foto: Rich Miller.

In het voorjaar van 2012 baande de collectie van de The New Aesthetic-Tumblr zich een weg naar de fysieke wereld. Tijdens het festival South By South West (SXSW) vond de eerste offline discussie over de wending plaats, tijdens een door Bridle geïnitieerd panelgesprek getiteld 'The New Aesthetic: Seeing Like Digital Devices'. De reacties waren erg positief

en #newaesthetic verspreidde zich razendsnel over het internet. Er verschenen verschillende essays en artikelen over het onderwerp, onder andere van sciencefiction-auteur en criticus Bruce Sterling. Hij omschrijft The New Aesthetic als een inheems product van de moderne netwerkcultuur: geboren op het internet, collectief intelligent, diffuus, *crowdsourcy*, bestaande uit vele kleine delen die losjes met elkaar verbonden zijn, open-source en een triomf van amateurs.⁶⁹ In een interview voor *Design Observer* zegt Bridle: 'The New Aesthetic is geen kritiek, maar een verkenning; geen pleidooi voor verandering, eerder een reeks referenties naar de verandering die zich voordoet. Het is een poging om niet alleen te begrijpen hoe technologie de dingen vormt die wij maken, maar ook de manier waarop we die dingen zelf zien en begrijpen.'⁷⁰ Ik voel en zie deze verandering ook, waarschijnlijk net als iedereen. Ik wil beter begrijpen hoe digitale technologie onze wereld en onze manier van kijken beïnvloedt. Dat maakt dat ik – ondanks alle kritiek, waar ik later op terug kom – onderdeel wil zijn van de verkenning die The New Aesthetic is.

2.1 Pixels

Meestal ben ik me er niet van bewust dat ik het grootste deel van de dag naar pixels kijk. De pixel is het meest elementaire deeltje van het beeldscherm en de meest eenvoudige vorm binnen The New Aesthetic. Pixels ontsnappen aan het scherm en duiken ook offline op. In 'Waving at the Machines' spreekt Bridle over pixel-esthetiek: een blik, een stijl, een patroon dat niet eerder bestond in de offline wereld en afkomstig is uit het digitale, voortgekomen uit onze digitale manier van zien. Veel pixelvoorbeelden kunnen we beschouwen als simplistische, nabootsende iconografie: een pixelparasol, pixelkussens, pixel-nailart, Minecraft-verkleedkostuums en 8-bit Super Mario-figuren gemaakt met post-its. Andere voorbeelden zijn minder oppervlakkig. Zo bracht kunstenaar Helmut Smits een dode pixel tot leven met zijn werk *Dead Pixel in Google Earth*. Het is een vierkant vlak weggebrand gras van 82 centimeter; wanneer gezien vanaf een kilometer hoogte precies de afmeting van één pixel. Omdat pixels niet thuishoren in de fysieke wereld benadrukken zij het verschil tussen analoog en digitaal. Maar tegelijkertijd wijst het opduiken van offline pixels op een volledige samensmelting van de online en offline wereld, waarin het verschil tussen analoog en digitaal is verdwenen. Los van dit soort expliciete verwijzingen naar pixels door kunstenaars en ontwerpers, zijn we door onze digitale *state of mind* ook geneigd 'natuurlijke' vierkanten te interpreteren als pixels. Bridle haalt een voorbeeld aan van een satellietbeeld van NASA waarop groene, vierkante akkers te zien zijn:

Wanneer je een foto zoals deze ziet, zie je pixels, toch? Dit zijn geen pixels. Het zijn geïrrigeerde velden aan de grens van Zuid-Afrika met Namibië. Maar omdat we dingen verwachten te zien in een bepaalde wereld, is ons begrip van waar de grens tussen fysiek en digitaal ligt veranderd. Dit komt doordat we dit soort beelden en perspectieven eerder hebben gezien, en we voelen ons onbewust comfortabel wanneer ze door elkaar lopen.⁷¹

88



Agrarische, 'gepixelde' patronen gezien vanuit de ruimte. Het satellietbeeld toont de Oranjerivier als onderdeel van de grens tussen Namibië en Zuid-Afrika. Foto: NASA, 2010.

89



Livbit, Le Pixel Beach Umbrella, 2014.

90



Pixelkussens en pixelbank, *Pixel Collection*, Zuzunaga.

91



Ron Arad, *Do-Lo-Rez*, 2008, bank: Moroso, tapijt: Nanimarquina.

92



Helmut Smits, *Dead Pixel in Google Earth*, 2008–2010.

Een ander voorbeeld dat Bridle geeft is *Pixel Pour 2.0*: een *urban intervention* in New York. Het is een object dat op straat is geplaatst en dat lijkt op een enorme kraan waaronder enorme blauwe en witte voxels zijn geplaatst.

93



Kelly Goeller, *//Kneen*, *Pixel Pour 2.0*.

94



Shawn Smith, *Alligator*, 2013, 81 × 180 × 28 cm.

Met de 'lage resolutie' van de 3D-pixels refereert het werk aan de 8-bit-resolutie van de eerste videogames. De reden dat ouderwetse 8-bit-afbeeldingen offline opduiken is volgens Bridle een – eigenlijk heel tegenstrijdige – combinatie van nostalgie en futurisme. Volgens Bridle heeft de generatie die opgroeide met 8-bit-videogames inmiddels een retrokwaliteit toegekend aan dit soort beelden. Maar er ligt ook een soort indringend futurisme aan ten grondslag, een verlangen naar het zien van 'echte' digitale representaties in de 'echte' wereld. Mijn genera-

95



Shawn Smith, *Alligator* (detail), 2013, 81 × 180 × 28 cm.

tie groeide op met het idee dat digitale objecten *echt* zouden moeten zijn, en daarom maken we ze echt. Dit verlangen om het virtuele 'echt' te maken speelt een duidelijke rol in het werk van kunstenaar Shawn Smith. Hij maakt sculpturen van dieren en objecten in lage resolutie. De afbeeldingen die hij nabootst zijn meestal

97



Kunihiko Morinaga, *Low*, 2011.

96

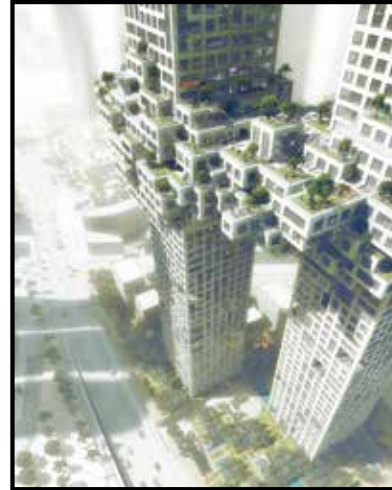


Bankbiljetten Noorwegen, Norges Bank, ontwerp achterzijde: Snøhetta, 2017.

afkomstig van Google Images. Zijn sculpturen zijn opgebouwd uit gekleurde, rechthoekige stukjes multiplex: 3D-pixels. Smith beschouwt het scherm als spiegel van het zelf: 'Alles wat ik weet over de natuurlijke wereld heb ik geleerd via een scherm.'⁷² Als kind besteedde Smith uren aan het spelen van *Pitfall*, waarin je door een jungle vol rollende boomstammen, drijfzand, ratelslangen en vuur moet navigeren, op zoek naar schatten. 'Ik had nog nooit gekampeerd, dus dacht

ik dat dat was: worstelen met krokodillen die leven in gepixelde meren, springen over schorpioenen. [...] Het hele idee was om natuur te vermijden en gouden munten te winnen.'⁷³

98



MVRDV, *The Cloud*, 2011, Afbeelding: Luxigon.

99

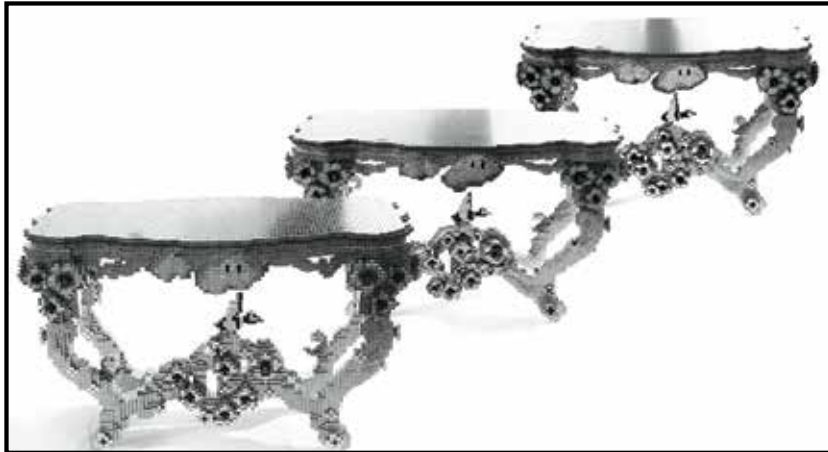


Splitterwerk, *Frog Queen*, Prisma Engineering Headquarters, Graz, Oostenrijk, 2007. Foto: Nikolaos Zachariadis.

Eigenlijk duiken in alle ontwerpdisciplines pixels op: in mode, design en architectuur. De nieuwe Noorse bankbiljetten zijn gepixeld. En architectenbureau MVRDV ontwierp in opdracht van een Zuid-Koreaans bedrijf *The Cloud*, twee woontorens die met elkaar verbonden worden door een pixel-achtige wolk. Waarschijnlijk is door de associatie met de aanslagen op het World Trade Center het gebouw nooit gerealiseerd. Een pixelgebouw dat wel gerealiseerd werd is *Frog Queen*. De gepixelde façade van het gebouw is ontworpen door SPLITTERWERK. Dit soort gebouwen kunnen zonder digitale technologie niet bestaan, zegt Bridle. De vorm, de uitstraling en de manier waarop de gebouwen worden ontworpen zijn allemaal volledig digitaal.

Ontwerper Joris Laarman onderzoekt met *Digital Matter* de mogelijkheden van digitale productieprocessen. Met gebruik van robots en andere digitale productietechnieken creëert hij 'digitale materie': 3D-creaties opgebouwd uit fysieke voxels. Het resultaat is bijvoorbeeld een pixelige rococotafel. Door het antieke model van de tafel wordt het contrast tussen het oorspronkelijke ontwerp en de 8-bit-uitvoering van Laarman versterkt. De grenzen tussen analoog en digitaal en tussen geometrische abstractie en de organische vorm vervagen. Het eindresultaat is voor Laarman echter minder belangrijk dan het proces. Hij is geïnteresseerd in het uitvinden van een praktische, multi-inzetbare, goedkope en robotische fabricatietechnologie die overal ter wereld gebruikt kan worden. Een hybride combinatie van digitale fabricatie en lokale ambachten is volgens hem de toekomst van een meer democratische ontwerpwereld.⁷⁴

100



Joris Laarman Lab, *Digital Matter: Kilovoxel, Mega & Giga Voxel tables*, 2011, collectie Groninger Museum.

2.2 Floppydisk/3D-geprint icoon

Het nabootsen van pixels en andere digitale elementen is een vorm van remediatie: de representatie van het ene medium in een ander medium. Communicatiewetenschappers Jay David Bolter en Richard Grusin ontvouwen in *Remediation: Understanding New Media* de theorie van remediatie om het proces te beschrijven waarmee nieuwe media zich doorgaans ontwikkelen. Nieuwe media presenteren zichzelf in eerste instantie als vernieuwde en verbeterde versies van al bestaande media. Zo nieuw zijn ze dus ook weer niet. Televisie remedieert film, maar ook theater. Een film gebaseerd op een boek remedieert het gedrukte verhaal. Internet is een remediatiemachine, het remedieert televisie, radio, krant en vrijwel alle andere media.

Speculatief ontwerper en filosoof Koert van Mensvoort gebruikt de term *boomeranged metaphors* voor het fenomeen dat concepten uit het digitale opduiken in de fysieke wereld, meestal nadat ze zich in de digitale wereld hebben bewezen. Digitale media en technologieën raken volgens Van Mensvoort net zo vertrouwd als gloeilampen of auto's. Metaforen dienen in eerste instantie om nieuwe, onbekende technologieën te introduceren. Naar gloeilampen en auto's werd in hun introductiefase nog metaforisch verwezen als 'elektrische kaarsen' of 'paardloze rijtuigen'. Uit dat laatste is het *horseless carriage syndrome* voortgekomen. Het 'paardloze rijtuig' is het ontwerp van de eerste auto's en beschrijft als concept dat we moeite hebben om niet te blijven hangen in oude gewoonten en denkbeelden. De bestuurders zaten

hoog als op een bok, ook al was dat niet meer nodig. Men was nu eenmaal dit hoge gezichtspunt gewend omdat je altijd over de paarden heen had moeten kijken.

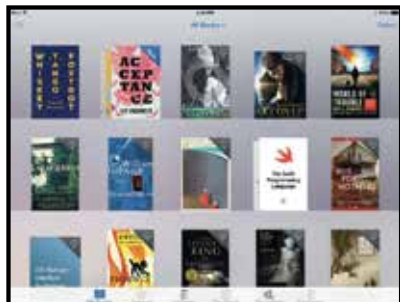
In het begin van het digitale tijdperk werden ook metaforen uit het dagelijks leven gebruikt om de nog onbegrijpelijke technologie inzichtelijk te maken. Denk aan de

101



De 'houten' iBooks-boekenkast.

102



De iBooks-boekenkast in iOS 8.

digitale snelweg, het bureaublad, vensters, mappen, knoppen en de prullenmand. Allemaal vertrouwde termen die ons in staat hebben gesteld om het minder bekende te begrijpen. En ook nu gebeurt dat nog.

Facebook is de nieuwe versie van het vriendenboekje, Pinterest je digitale prikbord, Spotify je cassettebandjes-, platen- en cd-collectie, en iBooks vervangt je boekenkast. Visueel maken ontwerpers hier ook slim gebruik van: zo zag het iBooks-programma er in eerste instantie uit als een eikenhouten boekenkast. Het geluid van je iPhone-camera klinkt nog

steeds als de sluiters van een spiegelreflexcamera en het icoon voor je e-mailapplicatie is een envelop of postzegel. Inmiddels is de introductiefase van e-boeken voorbij, zijn we gewend geraakt aan de nieuwe vorm om in te lezen en heeft de eikenhouten kast plaats moeten maken voor een simpele, grijze lay-out. De gesimuleerde sluiters

van de spiegelreflexcamera is gebleven. Het is een voorbeeld van skeuomorphisme: een overblijfsel in een nieuw ontwerp van een ooit noodzakelijk onderdeel van het ontwerp, dat echter inmiddels geen functie meer heeft. Mijn favoriete skeuomorphisme is de floppydisk in Microsoft Office als icoon voor het bewaren van een bestand: zo verdwijnt de met nostalgie geladen floppydisk waar ik vroeger mijn eerste computerspelletjes op speelde, toch niet helemaal.

Inmiddels is er ook een generatie die de floppydisk alleen maar kent als bewaaricoon. Zoals Steve Wheeler typerend omschrijft bij een plaatje van een floppy:

'I showed my 12 year old son an old floppy disk... He said

103



Steve Wheeler, 'I showed my 12 year old son an old floppy disk', University of Plymouth, 2015.

"Wow...Cool! You 3D printed the Save Icon!". Wanneer metaforen uit de digitale wereld worden gebruikt om iets in de fysieke wereld te duiden draait het traditionele betekenisvormingsproces om: de metafoor is 'geboomerangd'. Boomeranged metaphors laten zien dat na verloop van tijd het digitale zo vertrouwd is geraakt, dat

we naar objecten en ideeën buiten de digitale wereld gaan verwijzen in digitale termen. De kans is groot dat digital natives digitale metaforen zullen gaan gebruiken om te verwijzen naar (nieuwe) analoge fenomenen. Voor de kleuter die een tijdschrift probeert te *swipen* in het filmpje 'A Magazine Is an iPad That Does Not Work.m4v' is het papieren tijdschrift nu al gewoon een kapotte iPad.

104



Dysan 3.5" floppydisk.

106

Boomeranged metaphor: *Deletus*, Daniil Rassadin en Alexander Malinovsky.

Een meer artistieke boomeranged metaphor is *Map* van kunstenaar Aram Bartholl. Iedereen kent de rode kaartmarkeerder in de vorm van een druppel waarmee Google Maps je bestemming markeert. In 2006 begon Bartholl fysieke versies van het iconische symbool in de publieke ruimte te plaatsen. Het Google Maps-symbool is zo op verschillende plekken IRL opgedoken. De zes meter hoge, driehonderd kilo zware Google-markeeders zet Bartholl op exact dezelfde plaats neer als waar de markeringen zich op de digitale kaart bevin-

105



Bewaaricoon in Microsoft Word for Mac 15.37.

107



Boomeranged metaphor: digitale prullenbak, Codeco.

108

Boomeranged metaphor: *The WindFire Cursor Kite*, Tim Elverston.

den als je zoekt op een locatie: in het midden van een stadscentrum. Wanneer je *Map* vanuit een luchtballon of helikopter zou bekijken, komt het beeld precies overeen met de satellietmodus van Google Maps.

Een digitaal symbool dat enorm is uitvergroot in de fysieke wereld levert een vreemd beeld op. In *The Speed Book* schrijft Bartholl dat de digitale Google-markering lijkt op een fysiek object omdat het afgeleid is van een landkaartnaaldje

en op de digitale kaart een schaduw werpt. Wanneer je de digitale kaart bekijkt in satellietmodus, lijkt de markering bovendien onderdeel te worden van de aarde. *Map* is een duidelijke boomeranged metaphor: in eerste instantie had de landkaartnaald een metaforische rol in de online wereld, nu duikt het digitale icoon op in de offline wereld. Bartholl verrast met *Map* de toeschouwer terwijl hij de vraag stelt hoe bewust we zijn van de invloed van de digitale wereld op onze fysieke belevingswereld. Met zijn installatie in de publieke ruimte stelt hij onze perceptie van de aarde via Google Maps ter discussie.

109



Landkaartnaald.

110



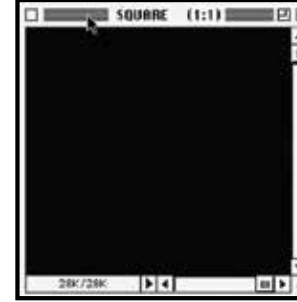
Screenshot Google Maps.

111

Boomeranged metaphor:
Aram Bartholl, *Map*, 2010.

Veel voorbeelden die Bridle heeft gelabeld met The New Aesthetic zijn een vorm van remediatie, alleen dan achterwaarts: een onderdeel van het nieuwe medium krijgt vorm in een ouder medium. In 1997 maakte kunstenaar George Puskoff *Big Square 28 KB (1:1)*, een analoge bitmap. Het is een acrylverfschilderij dat een digitale afbeelding van een zwart vlak toont en 28 kilobytes groot is. Volgens kunsthistorica Katja Kwastek is het nabootsen van een dode pixel in een fysiek landschap, net als een schilderij van een digitaal zwart vlak, ook te beschouwen als de representatie of remediatie van digitale media in de fysieke, offline wereld. Bolter en Grusin beschrijven met hun remedietheorie het innovatieve en vooruitstrevende proces van de ontwikkeling van een nieuw medium. The New Aesthetic wordt echter geken-

112

George Puskoff,
Big Square 28 KB (1:1),
1996, 200×200 cm.

merkt door een regressief proces: van het digitale terug naar het analoge, van online terug naar offline, ofwel van nieuw terug naar oud.⁷⁵ Als reactie op The New Aesthetic tweette Grusin dan ook: *‘The “new aesthetic” is just the latest name for remediation, all dressed up with nowhere to go. #newaesthetic.’*⁷⁶

2.3 Glitches

Naast pixels zijn glitches prominent aanwezig op de The New Aesthetic-Tumblr. Ze worden gedocumenteerd, gesimuleerd en er wordt kunst mee gemaakt. Glitches zijn digitale, systeemtechnische foutjes van korte duur die resulteren in bizarre, soms surrealistische beelden. Beelden die ons confronteren met hoe de digitale wereld gemaakt is. Het zijn onbedoelde bijproducten van digitale productieprocessen, die het systeem en de logica van die processen blootleggen. Glitches bezitten een bijzondere schoonheid en een esthetische aantrekkingskracht, in ieder geval voor mijn generatie. Maar volgens glitch-kunstenaar Rosa Menkman hebben glitches meer te bieden dan alleen een visuele aantrekkelijkheid. Glitches en *errors* geven ons de kans een kijkje te nemen achter de voorgeprogrammeerde interface-esthetiek van computertechnologie. Ze maken de computer zichtbaar, onthullen de bouwstenen van het digitale systeem en tonen zijn beperkingen – Don Norman zou er niet blij mee

zijn, Olia Lialina wel. Glitches en errors herinneren ons namelijk aan het feit dat de technologie niet perfect is en dat onze controle over technologie niet volmaakt is. Eigenlijk tonen glitches aan dat onze digitale tools net zo precies en efficiënt zijn als de mensen die ze gemaakt hebben.

Google Earth streeft naar een zo perfect mogelijke digitale representatie van de aarde. Maar niets is perfect, ook Google niet. Op 16 maart 2011 dook in mijn Facebook-nieuwsoverzicht een afbeelding op van een 'gesmolten' brug in Google Earth. Ik deelde het plaatje met het bijschrift 'MARVELOUS' (het bericht kreeg slechts één like, van mijn vader – die al mijn berichten liket). De afbeeldingen van de gesmolten bruggen fascineren me nog steeds. Het is een verzameling van de kunstenaar en programmeur Clement Valla. In zijn werk staat de irrationele kant van digitale systemen centraal. Volgens Valla is menselijke activiteit moeilijk te onderscheiden van computeractiviteit, daarom is hij geïnteresseerd in de momenten waarop dit typische onderscheid vervaagt of zelfs omgekeerd is.⁷⁷ Zoals bij de gesmolten bruggen uit Google Earth.

Postcards From Google Earth heet de verzameling screenshots van bruggen en wegen uit Google Earth, die lijken te smelten en de natuurlijke vorm van de aarde hebben aangenomen. Het zijn surrealistische, onberijdbare wegen die afkomstig lijken uit de droomomgeving van Christopher Nolan's film *Inception* uit 2010. Valla ontdekte de glitches die de illusie van een naadloze, nauwkeurige weergave van het aardoppervlak doorbreken per toeval, toen hij opmerkte dat opvallend veel gebouwen op Google Earth eruitzagen alsof ze onder-

steboven staan. Hoe kon dat gebeuren? Twee kanalen (het 3D-model dat de oppervlakte van de aarde vormt en de in kaart gebrachte luchtfotografie) botsen in zulke gevallen met elkaar, met als resultaat de surrealistische beelden. Het is volgens Valla geen uitzonderlijke situatie, omdat de diepte in de luchtfoto's (door schaduw en verlichting) niet uitlijnt met de dieptegegevens van het 3D-model.⁷⁸

113



114



115



116



Clement Valla, *Postcards from Google Earth*, 2013.

Google Earth wordt continu geüpdatet met nieuwe beelden. Het algoritme achter Google Earth selecteert luchtfoto's zonder wolken, met een hoog contrast, weinig diepte, en genomen bij daglicht. Surrealistische weergaven van 'gesmolten' bruggen en wegen zijn daardoor steeds minder vaak te vinden. Uiteindelijk zullen we leven in een perfecte wereld waar het niet alleen altijd dag is, maar ook nog eens altijd mooi weer. *Postcards from Google Earth* is de documentatie van deze evolutie. Valla beschouwt zichzelf als een observant die technologische ontwikkelingen vastlegt. Hij noemt de beelden ansichtkaarten en plaatst zichzelf als toerist in de tijdelijke virtuele ruimte die ze uitbeelden.

Valla heeft in dit project eerder de rol van verzamelaar dan van kunstenaar. Het esthetische besluitvormingsproces komt pas tot stand bij de selectie van beelden die Google Earth produceert. Het zijn juist de momenten waarop het systeem en de algoritmische processen menselijke (irrationele) trekken vertonen die hem interesseren. Volgens Domenico Quaranta zetten kunstenaars zoals Valla zich af tegen databasesystemen als Google Earth:

Deze kunstenaars [...] zetten zich af tegen de database als structuur van ontmenselijkte macht, met de collectie als een vorm van idiosyncratisch, onsystematisch en menselijk geheugen. Zij verzamelen dat wat hen interesseert, waarvan zij vinden dat het kan en moet worden opgenomen in een betekenisstelsel. Zij beschrijven en bekritisieren de dynamiek van de database en dagen deze zelfs uit, waardoor ze geforceerd wordt te evolueren.⁷⁹

Valla verzamelt die beelden waarvan hij vindt dat ze moeten worden opgenomen in onze collectieve herinnering aan het internet. Want voor je het weet zijn ze voorgoed vergeten. Ja, het internet vergeet ook dingen.

James Bridle verzamelt geen glitches van bruggen maar van vliegtuigen. Bridle is zoals we al hebben gezien

117



James Bridle, *Rainbow Plane*.

118



James Bridle, *Rainbow Plane 002*, 2014.

gefascineerd door manier waarop technologie de wereld 'ziet' en deelt deze fascinatie maar al te graag. Een van de karakteristieke afbeeldingen in de *The New Aesthetic*-collectie is die van een vliegtuig, al vliegend vastgelegd op Google Earth. Satellieten maken geen foto's zoals wij foto's maken; sensoren maken verschillende opnames van onder andere elektromagnetische straling in rood, blauw en groen. Wanneer deze opnamen gecombineerd worden tot één beeld lopen de lagen bij

snel bewegende objecten zoals vliegtuigen niet synchroon. Bridle noemt dit het 'regenboogvliegtuigeffect'.⁸⁰ De imperfectie in het beeld geeft inzicht in de werking van satellieten en de wijze waarop satellieten de wereld zien. Bridle gaat verder dan alleen het verzamelen van dit soort beelden. In de serie *Rainbow Planes* verwerkt hij de regenboogvliegtuigen, zoals vastgelegd door een satelliet, tot enorme grondschilderingen in de fysieke wereld. De *Rainbow Planes* zijn een voorbeeld van ach-

terwaartse remediatie en eigenlijk niet meer dan nabootsende iconografie van een bijzondere vondst.

Net als Google Earth streeft het Google Art Project naar de perfecte digitale representatie, alleen dan van de kunstwereld. Met Google Art Project kunnen we vanaf onze bureaustoel miljoenen artefacten van over de hele wereld bekijken. Al deze kunstwerken zijn verzameld in een virtueel museum waarin je de meest beroemde en iconische schilderijen kunt bestuderen tot in veel groter

119



Mario Santamaría, *The Camera in the Mirror*, 8 juli 2014.

120



Mario Santamaría, *The Camera in the Mirror*, 9 oktober 2015.

detail dan met het menselijk oog mogelijk is. Het grootste voordeel is misschien nog wel dat je zonder hordes toeristen om je heen rustig een museum kunt bezoeken. Maar ook hier vinden we errors. Kunstenaar Mario Santamaría is de man achter de Tumblr *The Camera in the Mirror*. De Tumblr bestaat uit screenshots van Google Art Project waarin de camera die de objecten vastlegt gereflecteerd is in de spiegels van musea en zo dus ook zichzelf heeft vastgelegd. Het zijn geen glitches, maar imperfecties

die niet te voorkomen zijn, hoewel Google Art Project waarschijnlijk in de toekomst de camera zal wegpoetsen. Santamaría documenteert die momenten waarop de illusie van een neutrale, niet-gemedieerde weergave van de beelden wordt doorbroken. De onbedoelde selfies van

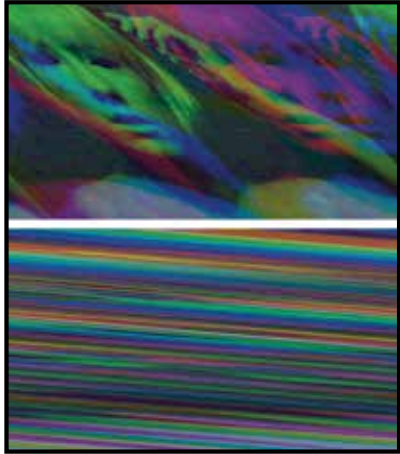
Googles camera richten onze aandacht op de hardware en het proces dat voorafgaat aan de representatie in Google Art Project. Het contrast levert vreemde beelden op: we zien een apparaat in een leeg museum, omringd door kunstobjecten gemaakt door mensen.

Volgens Rosa Menkman tonen glitches zoals Valla die verzamelt enkel een kapotte of imperfecte interface. Menkman beschouwt dit soort werk als passieve toe-eigening dat foutjes vastlegt voor een publiek, in plaats van dat de kunstenaars proberen systemen te breken. Menkmans eigen *Vernacular of File Formats* is een lexicon van glitchkunst. Het werk bestaat uit een digitale foto van haarzelf die ze in de negen meest gebruikte statische beeldformaten heeft geglicht: dezelfde foto is negen keer gecomprimeerd in negen verschillende bestandsformaten (waaronder JPG, BMP, TIFF en GIF). Hierdoor brengt Menkman in de foto de taal van compressie tot uitdrukking, wat onverwachte, nieuwe beeldstructuren oplevert. Voor Menkman geeft de glitch een sublieme ervaring:

Net als in het door natuur gegenereerde sublieme is de glitch een mysterieuze of overweldigende ervaring van onvoorzien onbegrip. Het ervaren van een glitch is vaak als het waarnemen van een verbluffend, felgekleurd, complex landschap van onverklaarbare, ondoorgrondelijke en buitenaardse beelden en datastructuren. Een glitch representeert controleverlies. De “wereld” of de interface doet iets onverwachts. Hij gaat voorbij de grenzen van zijn bekende en geprogrammeerde gebieden, verandert de veronderstellingen die de kijker heeft over technologie en haar veronderstelde functies (zoals bijvoorbeeld het geval

was tijdens de nieuwsuitzending op 11 september) en lijkt in “gedrag” diep irrationeel te zijn. Door de glitch lijkt de computer plotseling onconventioneel diep, in

121



Rosa Menkman, *A Vernacular of File Formats*, 2010.

tegenstelling tot meer banaal en voorspelbaar oppervlakte-niveau gedrag van “normale” machines en systemen. Op deze manier kondigen glitches een gek en gevaarlijk soort van moment(um) aan, verwezenlijkt en gedicteerd door de machine zelf.⁸¹

In *Een filosofie van de fotografie* betoogt filosoof Vilém Flusser dat alle menselijke beslissingen worden gemaakt op grond van beslissingen

van apparaten. Hij illustreert dit aan de hand van de fotografie. Doordat je een fotocamera zelf kunt instellen geeft die je het idee dat je als fotograaf vrijelijk kan kiezen, alsof de camera de bedoeling van de fotograaf volgt. Maar, zegt Flusser: ‘de keuze blijft beperkt tot de categorieën van het apparaat en de vrijheid van de fotograaf blijft een geprogrammeerde vrijheid. Terwijl het apparaat in functie van de bedoeling van de fotograaf functioneert, functioneert deze bedoeling zelf in functie van het programma van het apparaat.’⁸² Ons handelen is afhankelijk van de mogelijkheden die een techniek biedt – denk bijvoorbeeld aan de kleuren, filters en gereedschappen in Photoshop. Menselijke beslissingen zijn hierdoor volgens Flusser vervallen tot functionele beslissingen. De menselijke intentie is eruit verdwenen. The New Aesthetic-kunstenaars kunnen we (in sommige

gevallen) vergelijken met Flussers experimentele fotograaf die het programma van het apparaat probeert te doorbreken:

[...] de “beste” foto’s [zijn] die waarin de fotograaf het apparatenprogramma overwint in de zin van zijn menselijke bedoeling, dat wil zeggen het apparaat heeft onderworpen aan de menselijke intentie. Het spreekt voor zich dat er zulke “goede” foto’s zijn waarin de menselijke geest het van het programma wint. Maar in het foto-universum als geheel kun je zien hoe programma’s er al steeds beter in slagen, menselijke bedoelingen te draaien in de richting van apparatenfuncties. Het zou daarom de taak van iedere fotografiekritiek moeten zijn om te wijzen op de manier waarop de mens tracht greep op het apparaat te krijgen en anderzijds op de wijze waarop apparaten erop doelen de bedoelingen van mensen in zich op te zuigen.⁸³

Er zijn dus volgens Flusser ook mensen die de automatische programmering van apparaten bestrijden, fotografen die het apparatenprogramma doorbreken om nieuwe, onontdekte beelden uit het apparaat te krijgen, critici die proberen het automatische spel van de programmering te doorzien en mensen die ernaar streven om ruimte te creëren voor de menselijke bedoeling in een wereld beheerst door apparaten. We kunnen kunstenaars als Clement Valla, James Bridle, Mario Santamaría en Rosa Menkman zien als goede voorbeelden van mensen die ieder op hun eigen wijze de automatische programmering proberen te bestrijden om zo bij te dragen aan een beter begrip van de huidige door digitale technologie gedomineerde wereld.

2.4

Zien en gezien worden

The New Aesthetic is mede ontstaan als reactie op het feit dat onze technologieën en apparaten langzaam maar zeker leren om te zien, horen en zich in de wereld te verplaatsen. Telefoons ‘kennen’ hun eigen locatie via gps, financiële algoritmes ‘lezen’ het nieuws en brengen deze kennis weer terug in de markt, en heel veel apparaten zijn voorzien van artificiële zintuigen door middel van camera’s en allerlei sensoren. Door het gebruiken van eenentwintigste-eeuwse technologieën raken we vertrouwd met zulke nieuwe manieren van zien: het satellietperspectief vanuit de ruimte, het binnenstebuiten gevoel van de Kinect, het perspectief van een camera gemonteerd op de auto van Google Street View en de gezichts-herkenning van surveillancecamera’s. We passen onszelf en onze omgeving aan om robots en apparaten te faciliteren. QR-codes waarmee we dingen kunnen scannen, huiskamers die zo handig mogelijk worden ingericht voor de robotstofzuiger, voetpaden voor wandelende smartphonegebruikers, gsm-bomen in de meest voorkomende lokale boomsoort om het uitzicht zo min mogelijk aan te tasten, camera-installaties gemonteerd op kamelen om de woestijn te documenteren voor Google Street View. Met als gevolg dat nieuwe stijlen, vormen, concepten en betekenissen opduiken in onze gedachten, handelingen, kunst, ontwerpen en producten.

In 2016 ging er een filmpje viraal van een Tesla die een ongeluk op de A2 zag aankomen en uit zichzelf afremde, nog voor de menselijke bestuurder iets doorhad. Maar hoe zien zelfrijdende auto’s, robots en surveillancecame-

122



Voetpad voor mobiele telefoongebruikers.

123



Cactus gsm-mast. Foto: Ken Ranous, 'The ultimate WiFi Cacti Antennii!', 13 maart 2014.

ra's de wereld? Hoe verzamelen robots betekenisvolle informatie op straat, in de stad, uit de media en van ons? In de korte video *Robot Readable World* onderzoekt Timo Arnall deze vragen. Hij verzamelde beelden waarin *machine vision* aan het werk is, om te laten zien hoe robots auto's tellen, beweging

detecteren, het verkeer analyseren en menselijke gezichten herkennen. Hij is benieuwd naar de esthetiek van het oog van de robot. De manier waarop deze robots zien, blijkt behoorlijk ouderwets te zijn. Volgens journalist Rev Dan Catt, die verwijst naar het werk van Arnall, heeft dat niets met retro of nostalgie te maken, maar is het een reflectie van de huidige staat van *machine vision* en het daaraan gelieerde *computer vision*. Volgens Catt loopt een deel van de techniek nog wat achter:

124



Dennenboom gsm-mast.

125



Palmboom gsm-mast.

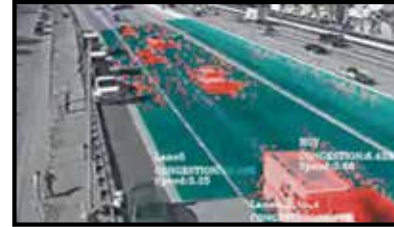
126



'Google recording a Street View of an Oasis in Abu Dhabi'.

Omdat machine en computer vision niet heel geavanceerd zijn moeten we, om met machines in de echte wereld te kunnen leven, de wereld markeren om hen te helpen zien. [...] huidige computer vision kan waarschijnlijk computer graphics "zien" van twintig, dertig jaar geleden. [The New Aesthetic] gaat over wat machines nu kunnen zien, in plaats van wat ze destijds konden produceren, het is nu eenmaal zo dat visie twintig, dertig jaar achterloopt op creatie en daarom zijn er veel overeenkomsten.⁸⁴

127



129



131



133

Timo Arnall, *Robot Readable World*, 2012.

128



130



132



134



Ook om machine en computer vision te onderzoeken gebruiken hedendaagse kunstenaars Googleapplicaties, en opnieuw gaat het dan ook om het opzoeken van de grenzen en het misleiden van de slimme technologieën. Kunstenaar Adam Harvey probeert bijvoorbeeld Google

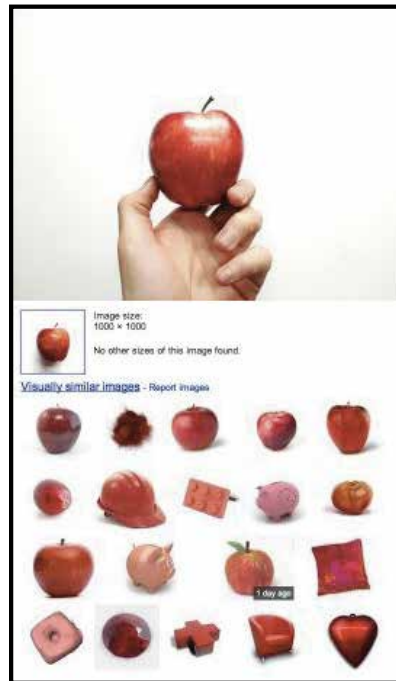
Image Search te slim af te zijn. Zijn project *For Your Eyes Only* onderzoekt de visuele beperkingen van intelligente technologie en computer vision. Harvey plakte gekleurde stickers op een appel en onderwierp de foto aan Google Image Search. De zoekmachine herkende de appel niet en vond alleen afbeeldingen van gekleurd speelgoed, terwijl wij mensen de met stickers beplakte appel gewoon als appel herkennen. *For Your Eyes Only* kan worden beschouwd als een poging het systeem en het achterliggende algoritme beter te begrijpen en toont de imperfectie van Google Image Search aan.

135



Adam Harvey, *For Your Eyes Only*, 2012.

136



Kunstenaar Mishka Henner verzamelt net als Valla, Bridle en Santamaria opvallende en uiteenlopende collecties beelden van patronen en fenomenen in Google Earth. Hij richt zich op geclassificeerde gebieden zoals olievelden en militaire buitenposten. Dit soort gebieden en gebouwen werden met de komst van Google Earth voor iedereen zichtbaar. Overheden lieten bezorgd bepaalde locaties in de applicatie afschermen. Henner is gefascineerd door de wijze waarop in Google Earth Nederlandse politieke, economische en militaire locaties worden gecensureerd. De Nederlanders gebruiken een gestileerde, haast artistieke vorm van censuur. Dit resulteert in een digitaal landschap met een opvallend contrast tussen de in lage resolutie verborgen locaties en het 'natuurlijke' landschap.

137



Mishka Henner, *Dutch Landscapes: Willem Lodewijk van Nassau Kazerne*, 2011.

138



Mishka Henner, *Dutch Landscapes: Paleis Noordeinde, Den Haag*, 2011.

Henner verzamelde en bundelde de gecensureerde locaties in het boek *Dutch Landscapes*, samen met afbeeldingen van de aanpassingen die het fysieke Nederlandse landschap sinds de zestiende eeuw heeft ondergaan als gevolg van de constante dreiging van het water. Nederlanders zijn ook offline creatief; duinen, dijken en

drainagenetwerken houden het water tegen en hebben het landschap getransformeerd. *Dutch Landscapes* geeft zo een beeld van het fysieke, veranderde landschap en zijn digitale representatie.

Naast creatief censurerende overheden gebeurt er nog veel meer in Google Street View, zo bewijst *9 Eyes* van kunstenaar Jon Rafman. Het is een verzameling bijzondere beelden van opmerkelijke situaties gemaakt door de cameraconstructie van Google Street View (die negen 'ogen' telt). De context ontbreekt volledig: we weten niet waar het beeld is genomen, naar wie of wat we kijken,

139



141



143



Rafman, *9 Eyes*.

140



142



en of deze personen zich bewust waren van het feit dat ze werden vastgelegd. Van prostituees tot dubieuze situaties en crimineel ogende praktijken, de negen ogen van Google weten niet wat privacy is en registreren alles.

144



Paolo Cirio, *Street Ghosts*, 2012.

Kunstenaar Paolo Cirio verzamelt mensen die in Google Street View zijn vastgelegd. Zijn doel als kunstenaar is om met zijn werk politieke, juridische en privacy-gerelateerde kwesties aan de kaak te stellen. Sinds 2008 wapent Google zich in de privacy-discussie omtrent Google Street View door gezichten

te vervagen. Cirio wil ons bewust maken van de wijze waarop Google dit aanpakt. Voor het werk *Street Ghosts* print Cirio op ware grootte afbeeldingen van Google Street View waar mensen op staan uit, en plakt die op exact dezelfde plek als waar de foto is genomen. Als wildplakker brengt hij zo de schimmen weer tot leven in de offline wereld. Op zijn website verzamelt hij alle *Street Ghosts* in een interactieve kaart van – hoe kan het ook anders? – Google. De gezichten in *Street Ghosts* zijn net als in Google Street View vervaagd, de afbeeldingen pixelig geworden en soms vervormd. Toch is het opmerkelijk hoeveel gezichten nog vrij herkenbaar zijn. Het werk van Cirio kan beschouwd worden als een soort graffiti, waarmee hij zich een stuk muur in de publieke ruimte toe-eigent. Google doet in feite precies hetzelfde maar dan met afbeeldingen van ons, waarmee het natuurlijk onze privacy schendt.

Adam Harvey, *CV Dazzle*, 2010.

Privacy is een *hot topic* in de maatschappij, en ook onder hedendaagse kunstenaars. Met *CV Dazzle* onderzoekt kunstenaar Adam Harvey de relatie tussen de steeds intelligenter wordende camera en de mens. Het werk is een zoektocht naar manieren waarop je je voor het mechanische oog van de alomtegenwoordige biometrische

gezichtsherkenningssystemen kunt verstoppen om zo je privacy terug te winnen. Door je gezicht te bedekken met je haar of door bepaalde delen van je gezicht te schminken, zorg je ervoor dat gezichtsherkenningssoftware je niet meer herkent – net als een met stickers beplakte appel niet wordt herkend door Google Image Search. Ik besluit de proef op de som te nemen en bewerk in Photoshop een van mijn favoriete profielfoto's naar een voorbeeld van Harvey. Hij gebruikte OpenCV

146



Facebookgezichtsherkenningssoftware herkent mijn gezicht.

147



Facebookgezichtsherkenningsssoftware herkent zelfs mijn gecamoufleerde gezicht.



Facebookgezichtsherkenningsssoftware is uitgeschakeld doordat mijn gezicht is vervaagd.

(Open Source Computer Vision, een bibliotheek met computer vision en *machine learning* algoritmes die voor iedereen toegankelijk is), ik ben niet nerdy genoeg dus besluit de bewerkte foto te uploaden op Facebook om te kijken of deze mijn gezicht herkent. De camouflage werkt daar in elk geval niet, Facebook herkent mijn gezicht nog steeds. Ik ben

enigszins gerustgesteld, want ik zou mijn privacy wel beter willen beschermen, maar nooit zo geschminkt of gemaskerd over straat willen lopen. Om de gezichtsherkenningsssoftware van Facebook aan nog een test te onderwerpen, upload ik vervolgens een foto waarin mijn gezicht met een Photoshopfilter is vervaagd. Nu ben ik Facebook wel te slim af.

Facial Weaponization Suite van kunstenaar Zach Blas is eveneens een protest tegen biometrische gezichtsherkenning. Het is een serie maskers die tijdens workshops

149

Zach Blas, *Facial Weaponization Suite*, 2011–2014.

zijn gemaakt, en die zijn gemodelleerd uit biometrische data van de gezichten van de deelnemers. Een van deze maskers, de *Fag Face Mask*, is gegenereerd uit de biometrische data van de gezichten van mannelijke homo's. Het idee kreeg Blas naar aanleiding van een

wetenschappelijk onderzoek waarin deelnemers gezichten te zien kregen en moesten beoordelen of het gezicht van een homo- of heteroseksueel persoon was. De deelnemers bleken er opmerkelijk goed in te zijn om enkel aan het gezicht (een afbeelding zonder haar, kleding, piercings en dergelijke, tegen een witte achtergrond) iemands seksuele geaardheid af te lezen. Voor *Fag Face Mask* scande Blas de gezichten van homomannen, waarna hij de scans digitaal met elkaar combineerde. Omdat alle scans net iets anders zijn gepositioneerd, resulteerde dat in amorfe maskers die gezichtsherkenningstechnologie niet kan detecteren.

Hoewel privacy in dit werk een rol speelt is het verlies daarvan niet de belangrijkste beweegreden voor Blas. Hij is voornamelijk geïnteresseerd in hoe technologie zich verhoudt tot gender, ras en klasse. Dat deze verhouding problematisch kan zijn, is bijvoorbeeld te zien in het filmpje 'HP computers are racist' (3.015.499 weergaven) op YouTube. We zien een donkere man voor een camera met gezichtsherkenning. De camera detecteert de man niet wanneer hij beweegt. Vervolgens zien we een blanke vrouw in beeld en wordt het verschil duidelijk: als de vrouw beweegt voor de camera beweegt het beeld mee. Het filmpje laat zien hoe minderheden en personen die buiten bepaalde normen vallen gediscrimineerd worden door biometrische technologie. In een artikel van *De Correspondent* zegt Blas dat de opkomst van deze technologie gepaard gaat met de standaardisering van identiteit en het stellen van een norm.⁸⁵ Wie niet aan de standaard voldoet kan zomaar in de problemen komen. Stel dat de techniek jou niet correct kan identificeren, dan zou je zomaar kunnen worden aangemerkt als potentieel risico. Blas koestert echter niet de illusie dat

zijn maskers de oplossing zijn voor biometrische surveillance. Hij vindt het belangrijker om de ideologie achter ogenschijnlijk objectieve technologie bloot te leggen en te waarschuwen voor de potentiële gevaren ervan, zoals biometrisch racisme.

Sommige kunstenaars proberen de technologie te misleiden, anderen gebruiken juist slimme technologie om het beste in zichzelf naar boven te halen. Apparaten en robots leren steeds beter zien, voelen en denken. Is de volgende stap dat ze de rol van kunstenaar overnemen? Speculatief architect Liam Young besteedde een deel van zijn kunstenaarschap uit door een film te regisseren die volledig is gefilmd door drones. De film werd opgenomen door een zwerm van speciaal voor de gelegenheid ontworpen cameradrones die elk uitgerust waren met een set cinematografische regels en voorgeprogrammeerde gedragingen. De film *In the Robot Skies* is een liefdesverhaal over twee tieners, dat tegelijkertijd de drone als cultureel object onderzoekt. In het programma van de STRP Biënnale 2017 wordt de film als volgt omschreven:

De film speelt zich af in Londen in de nabije toekomst waarin drones zo alomtegenwoordig zijn als duiven. Twee tieners, gescheiden van elkaar, zitten opgesloten in hun eigen sociale woningblok. Onder constante politieursurveillance lukt het hen toch te communiceren. We kijken toe hoe ze elkaar briefjes sturen, gebruikmakend van hun eigen gehackte en uitgedoste drone. Als twee kinderen in een ouderwets klaslokaal, zien we ze briefjes schrijven, de technologie naar hun hand zetten.⁸⁶



Liam Young en Tim Maughan,
In the Robot Skies, 2016.

In dit verhaal wordt de drone niet alleen gebruikt voor surveillance doeleinden, maar fungeert die ook als nieuwe technologie waarlangs twee jongeren verliefd worden.

Young gebruikt de drone dus niet alleen als nieuw medium om een verhaal te vertellen, hij ziet de drone ook als katalysator van nieuwe stedelijke subculturen. Zo verwijst Young naar de New Yorkse metro die in de jaren tachtig leidde tot een jonge-

rencultuur van *wild style graffiti* en hiphop. Het tijdperk van drones zal binnen de infrastructuur van de *smart city* volgens Young ook leiden tot nieuwe subculturen met hun eigen bewakingsactivisten (groepen die zich afzetten tegen overheden en bedrijven om voor hun recht op privacy op te komen) en drone-hackers.

Ook kunstenaar Jonas Lund experimenteert met het uitbesteden van het creatieve proces. Hij creëerde een artificiële intelligentie die op basis van zijn vorige kunstwerken nieuw werk maakt. *New Now* is een serie digitale schilderijen ontwikkeld met machine learning. De werken zijn gemaakt met een algoritme dat geprogrammeerd is om een succesvol kunstwerk te produceren. Lund zegt daarover: 'Deze serie is gebaseerd op een neurale netwerk dat getraind is op al mijn eerdere werk, om het proces van het maken van nieuw werk uit te besteden aan een artificieel semi-intelligent programma dat "denkt" zoals ik.'⁸⁷ Voor Lund is dit een manier om



Jonas Lund, *New Now 1*, 2016.
Courtesy Jonas Lund en
Boetzelaer|Nispen, Amsterdam.



Jonas Lund, *New Now 3*, 2016. Courtesy Jonas Lund en
Boetzelaer|Nispen, Amsterdam.

zijn kunstenaarschap te optimaliseren en te besluiten wat voor werk hij gaat maken. Eigenlijk is niet alleen Lund zelf de kunstenaar, maar ook de artificiële intelligentie die hij heeft ontwikkeld. Met dit werk refereert Lund aan de door data gedreven optimalisatie van marketing en de manier waarop artificiële intelligentie ons zou kunnen manipuleren, strategieën waar ook bedrijven als Facebook druk mee bezig zijn. Met *New Now* wil Lund vragen oproepen. 'Wat is een geoptimaliseerd kunstwerk?' Is het 'Een werk dat is gemaakt voor succes om door iedereen gelijkt te worden, een werk dat opvalt en uiteenlopende meningen oproept, een werk dat verkoopt, een werk dat de juiste vragen op het juiste moment stelt, een werk dat tweehonderd likes krijgt op Instagram, een werk dat je een goed gevoel geeft?'⁸⁸ Vragen waarmee Lund de kern van zowel de postinternet- als The New Aesthetic-discussie raakt.



Jonas Lund *New Now 4*, 2016. Courtesy Jonas Lund en Boetzelaer|Nispen, Amsterdam.

2.5

New-aesthetic.tumblr.com (you can change this at any time)

Van offline dode pixels tot robots die de taak van de kunstenaar op zich nemen: de voorbeelden van The New Aesthetic zijn zeer uiteenlopend. Misschien wel te uiteenlopend om er echt iets mee te kunnen. Bruce Sterling omschrijft The New Aesthetic in 'An Essay on the New Aesthetic' als een 'hoop gecrowdsourcete beelden die een lust zijn voor het oog', een 'belangrijke trend in design', en 'een avant-gardistische beweging'. Volgens Sterling dwingen de voorbeelden van The New Aesthetic geen constituerend wereldbeeld af. Hij beschouwt The New Aesthetic als een nieuwe esthetiek in de letterlijke zin: een 'nieuwe' manier van kijken als gevolg van digitale technologie. Bridle zelf schrijft in de blog 'The New Aesthetic and Its Politics' dat The New Aesthetic kan worden beschouwd als een werk, gesprek, performance, experiment of een boel andere dingen, maar niet als beweging. Volgens Katja Kwastek is het labelen van The New Aesthetic als beweging zelfs ongepast:

[The New Aesthetic] verenigt geen groep betrokkenen of kunstenaars met eenzelfde intentie, geen groep werken of objecten met een overeenkomstige stijl en ook geen serie innovaties die direct met elkaar in verbinding staan. Bridle's collectie bevat items die overeenkomsten met elkaar vertonen in termen van

mediale status, de intentie waarmee ze geproduceerd zijn, de mate van reflectie en de beoogde doelgroep. Hoewel er een gemeenschappelijke noemer zou kunnen zijn, is er geen overeenkomstige staat van zijn of ontologische status.⁸⁹

Wie een nieuwe esthetiek verkondigt kan verwachten dat er naast positieve tweets en internationale aandacht ook tegengeluid te horen is. The New Aesthetic is met name bekritiseerd om het feit dat het geen manifest of autonoom esthetisch programma presenteert. Deze kritiek komt voort uit de keuze voor de term. The New Aesthetic is gekozen als een naam voor een Tumblr, 'die altijd weer veranderd kan worden'. De term klinkt pretentieuzer dan Bridle heeft bedoeld, volgens hem is het gewoon een onzinnige naam die is blijven plakken.⁹⁰

Bridle had een deel van de kritiek op The New Aesthetic kunnen voorkomen door zich iets beter te verdiepen in het begrip 'esthetiek' alvorens hij dit als naam voor zijn Tumblr koos. Hij was zich blijkbaar niet bewust van de lading van de term in de kunstgeschiedenis en -kritiek, maar bedoelde met esthetiek simpelweg 'hoe het eruit ziet'.⁹¹ Alle discussies over The New Aesthetic zouden waarschijnlijk niet zijn gevoerd als 'esthetiek' niet ook een die veel ingewikkeldere betekenis had gehad. Esthetica is volgens Wikipedia 'de leer van de zintuiglijke waarneming, in meer specifieke zin de tak van de filosofie die zich bezighoudt met schoonheid en kunst'.⁹² Het is de leer van hoe de menselijke zintuigen schoonheid waarnemen en waarderen. Volgens Kwastek is een notie van nieuwe esthetiek alleen zinvol wanneer we de filosofische betekenis van esthetiek serieus nemen:

Esthetiek als filosofisch begrip is op verschillende manieren gebruikt, maar het is altijd gerelateerd aan het waarneembare. De focus kan liggen op het waarneembare object en zijn kwaliteiten of aantrekkingskracht. Maar esthetiek kan net zo goed wijzen op een theorie van het visuele of gebruikt worden om de manier waarop we waarnemen te onderzoeken. Esthetiek adresseren staat niet gelijk aan oppervlakkigheid of een gebrek aan diepgang. In tegendeel, het impliceert een verschuiving van focus. In plaats van dat wat we zien simpelweg te bediscussiëren, vraagt een esthetische benadering hoe iets gerepresenteerd en waargenomen wordt – hoewel die twee aspecten natuurlijk sterk met elkaar verbonden zijn.⁹³

Esthetiek serieus nemen betekent verder kijken dan dat wat we zien en op zoek gaan naar de redenen waarom we bepaalde dingen wel of niet mooi vinden. Welke factoren spelen daarbij een rol? Dat kunnen zowel natuurlijke of biologische, als culturele invloeden zijn. Denk bijvoorbeeld aan symmetrie of tekenen van gezondheid (zoals – voor vrouwen – een gladde huid, glanzend haar, witte tanden en ronde vormen) die (mede) bepalen waarom we iemand mooi vinden. Achter aantrekkingskracht zitten verschillende verklaarbare factoren.

In de context van kunst draait esthetiek om vragen als: wat is kunst? En: hoe komt het dat we iets mooi vinden? Met dit soort vragen als leidraad kunnen we ook bepalen welke kunstwerken goed zijn, welke we kunnen negeren en welke zo belangrijk zijn dat we ze nooit mogen vergeten. In de geschiedenis zijn hier natuurlijk hele boeken over volgeschreven. Ooit stond de kunst in het teken van

het zo goed mogelijk representeren van de werkelijkheid. Het beoordelen van een schilderij op basis van zo'n criterium is eenvoudig: het een lijkt meer op de werkelijkheid dan de ander. Maar wat zijn de criteria waarmee we internetkunst kunnen beoordelen? De kwaliteiten die in het werk aanwezig zijn, zoals technische aspecten? Dat zou betekenen dat ikzelf bijvoorbeeld niet veel te zeggen zou hebben, omdat mijn technische kennis daar niet ver genoeg voor reikt. Kunnen we een internetkunstwerk dan ook beoordelen op basis van de reactie, ervaring en emotie die het oproept?

De vragen die Jonas Lund zichzelf stelt in relatie tot *New Now* zijn typische vragen uit de hedendaagse kunstfilosofie: wat is een optimaal (internet)kunstwerk? Is een goed kunstwerk gemaakt voor succes en om door iedereen gelikt te worden? Is het een werk dat opvalt en verschillende meningen creëert? Een werk dat verkoopt? Een werk dat de juiste vragen op het juiste moment stelt? Een werk dat tweehonderd likes krijgt op Instagram? Of een werk dat je een goed gevoel geeft? Lastige vragen waar geen eenduidig antwoord op te geven is, dat is nu eenmaal zo met filosofie. Laat ik daarom bij mijn ervaringen en gedachten blijven.

In 2016 zag ik *New Now 4* van Lund in de tentoonstelling 'Temporary Highs' bij Bitforms Gallery in New York. Op Instagram plaatste ik een foto van het werk met het bijschrift '*New Now 4 (2016) by @jonaslund opening Temporary Highs @bitforms*'. Ik vond het natuurlijk gaaf om aan de wereld te laten zien dat ik bij een opening van een tentoonstelling in New York was. En zoals gezegd houd ik stiekem van kunst die het goed doet op sociale media; een mooie foto delen geeft nu eenmaal



Foto van Jonas Lunds *New Now 4*, gedeeld op Instagram door mij op 3 juni 2016.

een lekker gevoel, daar zitten allerlei bekende neurologische beloningsstrategieën achter. Maar waarom deelde ik juist dit kunstwerk? Er zijn verschillende overwegingen te maken. Ten eerste spreken de felle kleuren mij aan. Ik houd van felle kleuren, maar waarom? Ik heb eigenlijk geen idee, ik ben gewoon geen pasteltype. Daarnaast spreekt het licht mij aan. Ik kan hier allerlei redenen voor bedenken: licht associëren we met de dag, de zon, het leven, maar ook met spektakel en feest. Natuurlijk associeer ik licht ook met het scherm, ik ben immers opgegroeid met allerlei schermen om me heen. De fluïde, amorfe vormen die in elkaar overlopen vind ik ook mooi, net zoals ik een olievlek op straat mooi kan vinden. Het is als een regenboog: een onverwachte explosie van kleuren. Los van de visuele aspecten vind ik *New Now 4* interessant vanwege het feit dat het gemaakt is door een artificiële intelligentie. Lund refereert aan hedendaagse maatschappelijk-sociale kwesties die mij interesseren

en zijn reflectie op de huidige samenleving spreekt me daarom aan. Ten slotte speelt Lund met de kunstwereld en de positie van internetkunst hierin. Hij stelt door middel van dit werk precies de juiste vragen om tot een bredere nieuwe esthetiek te komen, eentje met een groter engagement.

Niet iedereen is het eens met de kritiek van Sterling dat de voorbeelden van The New Aesthetic geen constituerend wereldbeeld afdwingen. Volgens kunstenaar en onderzoeker George Borenstein streeft The New Aesthetic wel degelijk naar een fundamenteel nieuwe wijze om relaties tussen dingen in de wereld te verbeelden. Borenstein verbindt The New Aesthetic aan een recent tot ontwikkeling gekomen stroming binnen de filosofie: de object-georiënteerde ontologie (OOO). OOO denkt na over de aard van dingen en claimt dat niets, ook niet de mens, een speciale status heeft.⁹⁴ Loodgieters, grassprietten, goudvissen, robots, friet, plakbandrolletjes, iPhones, pixels, alle objecten (levend of levenloos) zijn gelijk in het bestaan. OOO beschouwt die objecten als dingen die relaties aangaan met elkaar maar elkaar nooit volledig kunnen doorgronden. Wanneer we ons afvragen wat het betekent om bijvoorbeeld een plakbandrolletje of een pixel te zijn, stellen we een vraag die ons eigen begrip te boven gaat.⁹⁵ We zullen natuurlijk nooit kunnen weten hoe het is om een plakbandrolletje of pixel te zijn.

OOO is een ingewikkelde en duizelingwekkende filosofie die antropocentrisme (waarin de mens geldt als middelpunt van de wereld) verwerpt en daarentegen het bestaan van de mens gelijkstelt aan het bestaan van alle andere, niet-menselijke objecten. Het onderscheid

tussen mens en machine wordt daarmee tenietgedaan. OOO-filosofen zetten zich af tegen de antropocentrische gedachte dat objecten enkel bestaan doordat mensen ze waarnemen. Zij zijn juist van mening dat objecten onafhankelijk van de menselijke waarneming bestaan.

The New Aesthetic is vanuit OOO-perspectief een poging de onderlinge relaties en verborgen innerlijke levens van eenentwintigste-eeuwse objecten te ontdekken en zichtbaar te maken. The New Aesthetic is het resultaat van de interactie tussen ontwerpers, drones, gezichtsherkenningssoftware, modeontwerpers, beeldcompressietechnieken, kunstenaars, surveillance-technologie et cetera, die zich in elkaar verdiepen. Volgens Borenstein is The New Aesthetic het visuele resultaat van een wederzijdse empathie tussen de mens en eenentwintigste-eeuwse objecten. Hij beschouwt het als een collectieve poging om de innerlijke levens van die objecten te verbeelden en om te visualiseren hoe zij op hun beurt ons verbeelden.⁹⁶ Ian Bogost, schrijver van *Alien Phenomenology, or What it's Like to Be a Thing* is het niet helemaal eens met Borenstein. Volgens Bogost is The New Aesthetic met name geïnteresseerd in eenentwintigste-eeuwse technologie voor mensen. Het is volgens hem een menselijke esthetiek die zich focust op verschijningen en interacties die alleen mensen kunnen ervaren. Ervaringen van plakbandrolletjes, olifanten, tosti-apparaten, zure matten en andere objecten die óók onderdeel uitmaken van de eenentwintigste eeuw worden genegeerd, wat volgens Bogost ons begrip van wat het betekent om hier en nu te leven in de weg staat. Omdat The New Aesthetic zich beperkt tot computationele media en het menselijke belang, schiet het volgens Bogost tekort als object-georiënteerde esthetiek.⁹⁷

Veel van de kritiek op The New Aesthetic is gericht op Bridles oppervlakkige benadering van esthetiek. Bruce Sterling noemt The New Aesthetic een 'copy-and-paste-campagne' die misschien lijkt op traditionele kritiek maar eigenlijk niet verder gaat dan bloggen en Tumblr'en. Volgens Bridle heeft Sterling het mis en is het wel degelijk een poging om kritisch te schrijven over netwerken binnen het netwerk zelf.⁹⁸ The New Aesthetic is niet simpelweg een fetisj voor pixels, glitches en RGB-kleuren, maar ook betrokken bij de politiek en politisering van netwerktechnologie, aldus Bridle:

[...] net zoals mijn drone-werken niet over de objecten zelf gaan, maar over de systemen – technologische, ruimtelijke, juridische en politieke – die deze mogelijk maken, vormen en produceren, en over de verdere implicaties van het zien en niet zien van dergelijke technologische, systematische, activiteiten; net zo houdt The New Aesthetic zich bezig met alles wat niet zichtbaar is in deze beelden en citaten, maar wat wel onlosmakelijk met ze verbonden is, en zonder welke ze niet zouden bestaan.⁹⁹

Bridle vindt dus dat hij zich wel degelijk bezighoudt met dat wat het verzamelde materiaal op de Tumblr onthult over de onderliggende systemen waar ze uit voortkomen en over het menselijke gezichtspunt dat die systemen kadert. Dit is alleen niet goed duidelijk vanwege de vorm waarin Bridle zijn onderzoek heeft gegoten: een Tumblr, blogposts, video's op YouTube (van presentaties en lezingen), tweets, reblogs, likes en reacties op sociale media. The New Aesthetic heeft zich verspreid in alle populaire uithoeken van het internet waardoor het overzicht verloren is gegaan en het niet serieus wordt

genomen. Zoals *The Jogging* een postinternetkunst-magazine is, is The New Aesthetic een vorm van post-internetkritiek. En net als postinternetkunstenaars weet Bridle heel goed gebruik te maken van de kracht van internet en sociale media, waardoor The New Aesthetic binnen no-time internationaal de aandacht trok. De Tumblr zelf kan het beste beschouwd worden als een openbaar en visueel notitieboek dat Bridle gebruikt voor zijn doorlopende onderzoek en ter inspiratie voor zijn eigen werk als kunstenaar.

Blogs, Twitter, Facebook, sociale media en het internet in het algemeen hebben ons volgens Bogost getraind om te denken in oneindige verzamelingen informatie. Enkel verzamelen is echter geen esthetische strategie. Verzamelen en catalogiseren kan wel een esthetische strategie worden wanneer het ook curatie behelst. Een oneindige collectie van heel veel verzameld materiaal heeft echter niets met cureren te maken, omdat er geen duidelijkheid in het geheel wordt gecreëerd.¹⁰⁰ De auteurs van *New Aesthetic New Anxieties* zien dit net iets anders en bestempelen de strategie van The New Aesthetic als 'juxtapositie': het tonen van het een naast het ander resulteert altijd in nieuwe verbanden, waar nieuw begrip uit kan ontstaan.¹⁰¹ Kunstenaar en schrijver Curt Cloninger zegt op zijn beurt dat The New Aesthetic juist door de enorme diversiteit niet te definiëren is als één esthetiek. Drones, Google Maps, satellietbeelden, programmeertalen, gezichtsherkenningssoftware, glitches, algoritmes, robots, hardware, beeldschermen en andere eenentwintigste-eeuwse fenomenen produceren allemaal hun eigen visuele esthetiek.¹⁰²

Door de vorm waarin Bridle zijn lopende onderzoek giet, weerspiegelt *The New Aesthetic* de digitale cultuur. Een cultuur van convergentie waarin de grenzen tussen verschillende disciplines, tussen mens en machine, tussen lezer en auteur, tussen maker en consument, tussen professional en amateur, tussen kunst en populaire cultuur en tussen kwaliteit en kwantiteit vervagen. Daarom kunnen we *The New Aesthetic* beschouwen als een vorm van postinternetonderzoek, of postinternetkritiek.

De discussie over *The New Aesthetic* is naar de achtergrond van het kunstendiscours verdwenen, de hype is voorbij. Net als bij postinternetkunst, Seapunk of Vaporwave betekende het hoogtepunt van *The New Aesthetic*, een razende, meme-achtige populariteit, ook het einde. Het onderzoek van Bridle loopt door, de Tumblr bestaat nog steeds en het fenomeen dat *The New Aesthetic* onderzoekt doet zich nog steeds voor en zal zich voor blijven doen zolang we digitale technologie en het internet gebruiken. Net als de digitale technologieën die *The New Aesthetic* onderzoekt, is de taal die deze kunstenaars gebruiken nog jong. Die zal zich nog wel verder ontwikkelen. Het articuleren van de waarden die we graag terug zouden zien in digitale technologie en het internet, die we zouden moeten formuleren voordat het wereldwijde web alles consumeert en volledig onzichtbaar geïntegreerd is in onze levens, zou volgens vlog-criticus Evan Puschak van YouTube-kanaal *Nerdwriter* zomaar de belangrijkste opdracht kunnen zijn van onze generatie.¹⁰³ Daar ben ik het helemaal mee eens. De esthetische waarde van een kunstwerk dat gerelateerd is aan het internet en aan digitale technologie zou afgemeten moeten worden aan het vermogen dat het heeft om inzicht te geven in de werking van die

technologie en daarmee samenhangende onderwerpen. *The New Aesthetic* is een begin van het uitwerken van zo'n esthetiek en is succesvol geweest in het aanjagen van de discussie erover. Net als Sterling ben ik ervan overtuigd dat er uiteindelijk een gefundeerde esthetiek ontstaat die past bij onze tijd. We zullen steeds beter weten te beschrijven hoe we dingen in deze huidige tijd waarnemen, interpreteren en van waarde voorzien.

Veel van de kritiek op *The New Aesthetic* is volgens Bridle het resultaat van een zwakke technologische geletterdheid in de kunsten, die de mate van technologische geletterdheid in de samenleving als zodanig illustreert. Volgens hem heerst er sinds de introductie van de videorecorder een maatschappelijk onbegrip van technologie en is een afwijzende houding breed gedeeld: 'Ik begrijp dit niet, daarom vind ik het niet leuk en wil ik het niet onderzoeken'. Een weerstand die bij vrijwel alle nieuwe technologische ontwikkelingen opnieuw opduikt en die zich met name uit in het verkiezen van gelikte black boxes, zoals de iPhone en macOS, boven open source, begrijpelijke, deelbare en hackbare alternatieven zoals het besturingssysteem Linux.¹⁰⁴ Deze opzettelijke anti-techniciteit (die een vorm is van anti-intellectualisme) weerspiegelt volgens Bridle de huidige culturele obsessie met nostalgie, retro en vintage. Dit was oorspronkelijk ook een van de thema's binnen *The New Aesthetic*, maar uiteindelijk door Bridle te saai bevonden. Om werkelijk een begrip van digitale technologie te krijgen is digitale geletterdheid belangrijk, niet alleen in de kunsten maar vooral in de samenleving in het algemeen. Het debat moet naar een hoger niveau gebracht worden, anders zal er niets veranderen, want, zegt Bridle: 'Diegenen die technologie niet begrijpen zijn gedoemd erdoor gebruikt

te worden. [...] Technologie is politiek. Alles is politiek. Als je de politiek niet kan waarnemen, wordt de politiek je aangedaan.¹⁰⁵

Hier is wel iets tegenin te brengen. Hij laat het klinken alsof mensen opzettelijk een anti-technische houding aannemen. Ik geloof niet dat dat altijd een opzettelijke keuze is. Zeker niet als het gaat over bijvoorbeeld een besturingssysteem. Hoewel de cijfers totaal niet overeenkomen met de alom aanwezige MacBooks in mijn creatieve, kunstzinnige, hipster-omgeving, lees ik op netmarketshare.com dat Microsoft meer dan 90% van het marktaandeel in handen heeft, gevolgd door Apple met een dikke 6%. De meeste bedrijven werken met Windows-computers, die vormen ook het grootste consumentenaanbod, en de meeste laptops en desktops worden geleverd met Microsoft Windows of macOS daarop geïnstalleerd. Als je al weet dat een alternatief als Linux bestaat, moet je veel extra moeite doen om een Linux-computer te bemachtigen of zelf het besturings-systeem te installeren.

Anti-techniciteit ontstaat niet uit het niets. Terwijl al onze apparaten steeds *smarter* worden, moeten wij steeds meer moeite doen technologie te begrijpen. Een opzettelijk anti-technische houding komt waarschijnlijk ook voort uit de snelheid waarin technologie zich ontwikkelt. Je kunt je niet verdiepen in alle nieuwste ontwikkelingen. Om de kloof tussen digirati en digibeten te verkleinen moeten we fenomenen als anti-techniciteit en nostalgie juist heel serieus nemen.



3 De post
condit

Postdigitale ie

3

De postdigitale conditie

*We don't need our mobile phones to breathe.
Computers are not works of art. The internet is not as
beautiful as the beach. An app will not save your life.*
Lomography¹⁰⁶

Een splinternieuwe iPhone krijgt een analoog tintje met een hoofdtelefoon die eruitziet als een oude telefoonhoorn of met een beschermhoesje met het uiterlijk van een ouderwets cassettebandje, analoge camera, Game Boy of rekenmachine. Analoge camera's zijn terug van weggeweest en digitale foto's krijgen een analoog tintje met Instagramfilters. Ook kunstenaars hebben analoge media zoals vinyl, cassettebandjes, typemachines, analoge synthesizers en analoge fotografie herontdekt. Pixels ontsnappen uit het scherm en in het HD-tijdperk duikt 8-bit resolutie weer op, net als Windows 95-logo's en de Nokia 3310. Het digitale tijdperk lijkt geobsedeerd door nostalgie voor het nog-niet-zo-lang-geleden-verleden.

156



Retro telefoonhoorn.

157



Freeland Studios, iRetrophone, 2010.



Thumbs Up UK, '80s Retro Case for iPhone'.

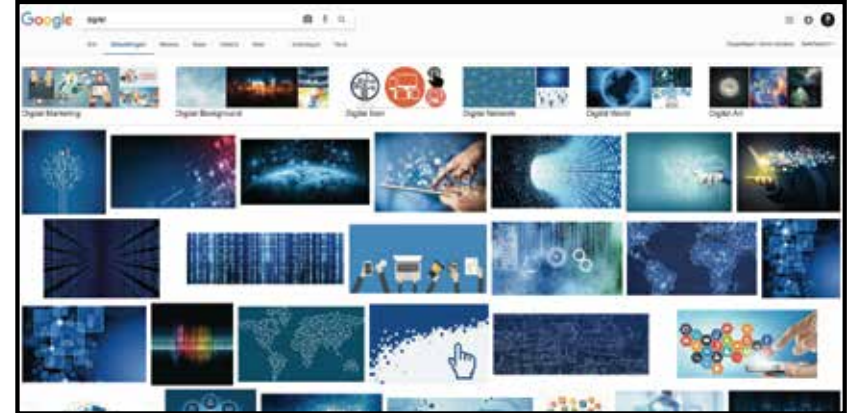
Als je op Google afbeeldingen zoekt met de zoekterm 'digitaal' krijg je een scherm vol koele, heldere, blauw gekleurde afbeeldingen met geometrische vormen en een boel nullen en enen te zien: onze collectieve visualisatie van het digitale. Mediatheoreticus Florian Cramer gebruikt deze zoekresultaten in het essay 'What is "Post-digital"?' om de term 'postdigitaal' uit te leggen. In de meest simpele definitie beschrijft postdigitaal een media-esthetiek tegenovergesteld aan digitale hightech-zuiverheid of -perfectie. De term werd voor het eerst genoemd in 2000 door musicus Kim Cascone¹⁰⁷ in een artikel dat opent met de quote van Nicholas Negroponte: '*The digital revolution is over*'. In hetzelfde jaar schreef kunstenaar Ian Andrews een artikel over postdigitale esthetiek, die digitale vooruitgang en het streven naar een perfecte representatie zou afwijzen.¹⁰⁸

Postdigitaal is volgens Cramer 'de rommelige staat van media, kunst en design *na* hun digitalisering'.¹⁰⁹ Concepten zoals postinternet, postdigitaal en nieuwe esthetiek kunnen volgens mediawetenschappers



'Novelty Old Memory Design Back Cover for iPhone'.

David M. Berry en Michael Dieter 'worden beschouwd als pogingen om vat te krijgen op de overrompelende en desoriënterende ervaringen die computer-infrastructuren geven, naarmate ze groter en intensiever worden'.¹¹⁰ Deze concepten – en andere die eraan gerelateerd zijn, zoals postproductie, altermodernisme, digimodernisme en *super hybridity aesthetics* – proberen allemaal de culturele betekenis van het internet te duiden en antwoord te geven op de vraag wat er volgt op het postmodernisme.



Google-zoekresultaten 'digital'.

Postinternet, postdigitaal en The New Aesthetic hebben in ieder geval één ding gemeen: ze positioneren zichzelf in een bepaald tijdsverloop. Het verschil tussen The New Aesthetic en postdigitale esthetiek schuilt volgens Katja Kwastek in het verschil tussen *newness*, wat een bepaalde fascinatie of verwondering impliceert, en '*post*'-ness wat juist een reflectieve afstand en ontgoocheling met zich meebrengt.¹¹¹ Volgens Cramer is de term postdigitaal ook van toepassing op de kunst die ook het label postinternet krijgt. Je kunt echter ook

zeggen dat hoewel het begrip postdigitaal gelijkenissen vertoont met postinternetkunst, postdigitaal meer te maken heeft met het 'mens-zijn' dan met 'digitaal-zijn'. Ook al heeft het net zo'n vreselijke naam, met het prefix 'post', postdigitaal is niet een nu al achterhaald label voor kunst, maar eerder een overkoepelende culturele conditie te noemen.

'Postdigitaal' kan bijvoorbeeld verklaren waarom men zich afzet tegen digitale informatiesystemen of de periode duiden waarin onze fascinatie met deze systemen tot het verleden is gaan behoren. Nu de opwindende introductiefase van digitale technologie voorbij is, duiken er steeds meer voorbeelden op van ideeën, gedachten, producten en objecten waarin weerstand tegen digitale technologie merkbaar is. De term postdigitaal beschrijft volgens Cramer een perspectief op digitale informatietechnologie dat niet langer gefocust is op technologische innovatie of verbetering. Het gelooft niet blindelings in het idee van techno-positieve innovatie zoals uitgedragen door Silicon Valley, media als *Wired* en Ray Kurzweils door Google gesponsorde *Singularity*-beweging (het begrip singulariteit verwijst naar het moment waarop kunstmatige intelligentie de mens zal overstijgen, met onvoorspelbare veranderingen in de menselijke beschaving tot gevolg). Het is een perspectief dat ook de massa heeft bereikt, zegt Cramer: 'Na Edward Snowdens onthullingen van de allesdoordringende digitale surveillancesystemen van de NSA, is deze ontgoocheling snel uitgegroeid van een niche "hipster" fenomeen tot een mainstreamhouding – die waarschijnlijk een serieuze impact op alle culturele en zakelijke praktijken gebaseerd op genetwerkte elektronische apparaten en internetdiensten zal hebben.'¹¹²

3.1 Tweets en typemachines

In de kunsten lijkt de postdigitale conditie een herhaling van de negentiende-eeuwse arts-and-craftsbeweging die als tegenreactie op de industrialisatie handgemaakte productie omarmde. Deze romantische houding zorgt volgens Cramer ook voor de populariteit van analoge media onder jonge kunstenaars en designers. Zij maken tegenwoordig liever een poster dan een website, zoals de titel van ontwerper en onderzoeker Aldje van Meers onderzoek naar veranderingen in de interesses van jonge kunststudenten duidelijk maakt.¹¹³ Ook Mieke Gerritzen en Chantal Prod'hom zien in de pop-up-generatie een verlangen naar pre-digitale technieken en karakteristieken:

Aan de ene kant beïnvloedt globalisering de kwaliteit van onze culturele productie, concepten en esthetische waarden worden beïnvloed door wereldwijde trends in kunst en design [...] Aan de andere kant duiken nieuwe behoeften aan het ontdekken van lokale karakteristieken geworteld in oude ambachten en gespecialiseerde kennis op. Onze hernieuwde belangstelling voor traditionele benaderingen, handgemaakt ambachtelijk werk en de tastbare dimensie herinnert ons aan onze behoefte aan een identiteit, die impliceert dat we behoren tot een plaats en cultuur waar we altijd naar terug kunnen keren.¹¹⁴

Ook in het creatieve onderwijs in Nederland is die post-digitale conditie voelbaar: digitale communicatie en ontwerp zijn als opleidingsrichting verschoven van het

kunst- naar het techniekonderwijs. Kunststudenten beschouwen digitale media vaak als commercieel en mainstream.¹¹⁵ En alles wat mainstream is, is op de kunstacademie *not done*.

Dat is voor mij persoonlijk wel herkenbaar. Toen ik Grafisch Ontwerpen studeerde aan de kunstacademie AKV St. Joost in Breda maakte ik in plaats van websites en apps liever boeken en posters – al was dat wel op de computer. Alles wat ik tijdens deze opleiding maakte was een combinatie van analoge technieken (verf, inkt, papier, zeefdrukken, et cetera) en digitale middelen (zoals Adobe Photoshop, InDesign en Illustrator). Mijn studiegenoten en ik vonden Communicatie en Multimedia Design (CMD) inderdaad maar een commerciële mainstreamopleiding die niets met kunst te maken had. Nu kijk ik daar heel anders naar. Ik studeerde af in het hoogtij van de economische crisis en gaf al snel het idee op om fulltime grafisch ontwerper te worden. Er was geen werk voor ontwerpers van drukwerk, naar webdesigners was daarentegen wel veel vraag. Waarom vond ik websites maken stom en maakte ik liever dingen met de hand? Ik denk dat het een combinatie was van een romantische houding, nostalgie naar traditionele media en het gevoel die media ‘te kunnen controleren’ in tegenstelling tot de digitale media. Als ik goed zou kunnen programmeren had ik posters maken misschien wel stom gevonden.

‘You’re not a real hipster, until you take your typewriter to the park.’ In dikke, zwart omlijnde witte letters prijkt de zin boven een foto van een jongen die met een typemachine op een bankje zit in een park. De meme verspreidde zich in no-time over het internet. Cramer legt



Internetmeme, 'You're not a real hipster, until you take your typewriter to the park'.

aan de hand van het verhaal achter deze internetmeme uit wat postdigitale media zijn. In de blogpost 'I Am an Object of Internet Ridicule, Ask Me Anything' schrijft Christopher Hermelin hoe hij door de typewriter-meme het object van internetspot werd, met hipster-haat-mail als gevolg. Niet zichtbaar op de foto is het bordje dat links van hem stond, met de tekst *'One-of-a-kind, unique stories while you wait'*. Om geld te verdienen schrijft Hermelin verhalen in het park. Het verhaal achter de

foto maakt volgens Cramer duidelijk dat Hermelin niet enkel vanuit een nostalgisch verlangen naar analoge media ervoor koos om de verhalen op een typemachine te schrijven. De typemachine was gewoonweg de beste keuze voor het project. Hermelin gebruikt de typemachine namelijk als tekstverwerker en printer in één, die bovendien geen stroom nodig heeft. Hij geeft de ouderwetse typemachine zo een nieuwe functie. De foto illustreert daarnaast hoe het verschil tussen oude en nieuwe media in de hybride conditie van het postdigitale is opgeheven, omdat de jongeman offline adverteert met zijn Twitteraccount. Tegelijkertijd gebruikt hij een oude techniek op een typische nieuwemedia-manier: hij maakt *user-customized products* in een sociale omgeving, met een *pay what you want*-verdienmodel. Het laat zien dat in het postdigitale tijdperk 'nieuwe media' niet de *default*

setting zijn. De keuze gaat uit naar het medium dat het beste bij het werk past. Er is geen sprake van dat deze generatie nieuwe media volledig afwijst, stelt ook dichter en criticus Kenneth Goldsmith; ze verplaatst zich als natuurlijk tussen 2D en 3D, tussen analoog en digitaal, en 'mixt olieverf terwijl ze Photoshopt en speurt vlooiemarkten af voor vinyl terwijl ze luistert naar een iPod'.¹¹⁶

Cramer beschouwt het nabootsen van analoge kwaliteit met smartphone-apps als hipster-retro-media-trend die een grote overlap vertoont met postdigitale media (zoals analoge printtechnieken, cassettebandjes, typemachines, vinyl). Er is volgens hem een kwalitatief verschil tussen het simpelweg gebruiken van oppervlakkige, stereotypische, kant-en-klare effecten, en de discipline en studie die nodig zijn om met echte 'vintage' media te werken. Die discipline is vaak gedreven door een verlangen naar een niet-formulistische esthetiek. Volgens Cramer is het alleen zinvol om praktijken postdigitaal te noemen wanneer ze oude media niet alleen laten herleven, maar deze ook functioneel hergebruiken in relatie tot nieuwe, digitale media – bijvoorbeeld tijdschriften die anti-blogs of non-blogs worden, vinyl dat werkt als anti-cd, cassettebandjes als anti-MP3 en analoge film als anti-video. Ik ben het met Cramer eens dat postdigitale media kwalitatief verschillen van apps als Hipstamatic of Instagram. Ik denk ook dat in het postdigitale tijdperk nostalgie, bewust en onbewust, een belangrijke rol speelt bij kunstenaars in de keuze voor media. Misschien wel een grotere rol dan Cramer schetst. Postdigitale media zijn altijd gelinkt aan nostalgie, aan een ontevredenheid met het heden – al is het maar omdat er nog steeds geen zelf-opladende laptops zijn die ook kunnen printen.

De illusie dat je meer controle hebt over het medium is volgens Van Meer de belangrijkste reden waarom kunststudenten de voorkeur geven aan het ontwerpen van posters in plaats van websites. Nu worden posters meestal ook met een computerprogramma gemaakt. Het verschil is vooral dat je als programmeur niet altijd direct het resultaat ziet van wat je aan het doen bent, wat het gevoel kan geven minder controle over het medium te hebben. Dit is natuurlijk ook ervan afhankelijk hoe goed iemand een medium kent. Volgens Cramer wordt digitale cultuur op dezelfde manier gedreven door dit soort illusies over vrije wil en individuele emancipatie. Een voorbeeld is de Quantified Self Movement, een beweging van mensen die technologie zoals stap-tellers, hartslagmeters en apps voor slaapanalyse integreren in hun leven of lichaam, om zo informatie te verzamelen over zichzelf. Quantified Self is volledig gebaseerd op de illusie dat je door technologie zo te gebruiken meer controle en macht over je eigen lichaam kunt hebben. Volgens Van Meer is het volledige D.I.Y.-concept, of het nu digitaal, niet-digitaal of postdigitaal is, gebaseerd op de illusie van macht, geïmpliceerd door het idee van zelfmaakbaarheid. Op een fundamenteel niveau verschilt de postdigitale subcultuur volgens Cramer daarom niet zo van mainstream utopieën uit Silicon Valley:

Deze illusies van macht representeren beide een uiterste in hoe individuen zich verhouden tot de hedendaagse techno-politieke en economische realiteiten van onze tijd: ofwel over-identificatie met systemen, of door afwijzing van dezelfde systemen. Deze uitersten zijn beide, op hun eigen manier, kenmerkend voor

een systeemcrisis – niet een crisis van dit of dat systeem, maar eerder een crisis van het paradigma “systeem” [...].¹¹⁷

De digitale revolutie heeft onze wereld en al haar systemen op zijn kop gezet. We bevinden ons in een onrustige transitieperiode vol bewegingen en tegenbewegingen. Een periode waarin oude en nieuwe waarden botsen en we ons bewust worden van de overwelldigende impact van digitale technologie. Een periode waarin marketeers op sluwe wijze gebruikmaken van ons overbelaste pre-internetbrein dat misschien niet zonder reden terugverlangt naar het minder snelle, analoge tijdperk.

3.2

Internet en nostalgie

Nostalgie is volgens Wikipedia het gevoel iets belangrijks of dierbaars te zijn verloren. Het uit zich in heimwee naar het (persoonlijke) verleden. Ooit was het een medische aandoening die voortkwam uit heimwee naar een bepaalde locatie, nu wordt het geassocieerd met herinneringen aan een ‘goede oude tijd’. Deze verbondenheid aan tijd in plaats van ruimte, maakt van nostalgie een onoplosbare conditie. En onze goede oude tijd? Die is analoog. Maar gelukkig is er het internet dat dienst kan doen als tijdmachine.

Mediacriticus Simon Reynolds schrijft in *Retromania: Pop Culture's Addiction to its own Past*¹¹⁸ dat de mens nooit eerder in de hele (westerse) geschiedenis zo geob-

sedeerd is geweest met de culturele artefacten van zijn eigen directe verleden. Als je erop let zie je het overal: een nieuwe versie van *Ghostbusters* en een sciencefictiontrilogie geïnspireerd op *Tetris*, een nieuwe versie van het Nintendo Entertainment System inclusief spellen als Super Mario Bros (jammer genoeg zonder Duck Hunt); de (gedeeltelijke) reünie van de jaren negentig meidenband Spice Girls. We leven in een nostalgisch tijdperk en de reden daarvoor is volgens Reynolds makkelijk te verklaren: het internet heeft onze drang naar steeds nieuwere dingen versterkt, maar biedt tegelijkertijd ook talloze manieren om het oude te herontdekken. Als ik me in een gesprek met vrienden hardop afvraag hoe het liedje van de tekenfilm *Dommel* ook alweer ging, klinkt het voor ik het weet al uit de YouTube-app op iemands telefoon. Het verleden is altijd en overal bereikbaar, slechts één zoekopdracht van ons verwijderd. Die nabijheid van het verleden heeft nostalgie tot een dominante culturele kracht gemaakt.

Literatuurwetenschapper Olivier Rieter omschrijft nostalgie als ‘een gloedvolle vervorming van het verleden, waarin de mooie aspecten van de geschiedenis de mindere kanten ervan naar de achtergrond verdringen’.¹¹⁹ Hij verwijst – net als ieder ander die schrijft over nostalgie – naar cultuurcriticus Fredric Jameson, die het postmodernisme definieert als een cultuur van pastiche en nabootsing. Het postmodernisme is volgens hem een ‘cultuur van citaten’ waarin culturele productie voortkomt uit dat wat eerder gemaakt is. Het is daarom een cultuur ‘van vlakheid of diepteloosheid, een nieuw soort oppervlakkigheid in de meest letterlijke zin’.¹²⁰

Nostalgie komt onder andere voort uit een verzadiging van de kunsten: de gedachte dat alles al eens gedaan is. Zoekend naar nieuwe vormen plaatsen kunstenaars oude vormen in een nieuwe context, of nieuwe vormen in een oudere context. Het resultaat is te zien als een *copy-paste*-cultuur, waarin het oude niet wordt vervangen door iets nieuws, maar samen met het nieuwe wordt gerecycled. Recyclen is niets nieuws, maar in een tijdperk waarin er letterlijk sneltoetsen zijn om te kopiëren en plakken, gaat het wel makkelijker dan ooit tevoren. Voor Jameson betekent nostalgie de toe-eigening van het verleden door gevoelsmatige associaties in stijl, die het verleden in beeld brengt op de meest aansprekende wijze. Jameson illustreert dit aan de hand van zijn concept *nostalgia film*: films die proberen de sfeer en stilistische karakteristieken van de verleden tijd te heroveren. Deze films (hij noemt onder andere *Back to the Future I* en *II* maar ook *Star Wars*), proberen het verleden niet te representeren zoals die werkelijk was, maar gebruiken bepaalde mythes en stereotypes uit het verleden. Ze ‘benaderen het “verleden” door stilistische connotatie, en brengen “verledenheid” over via de schitterende kwaliteiten van het beeld en “jaren-dertigheid” of “jaren-vijftigheid” door kenmerken in mode’.¹²¹ Zo creëren deze films een ‘vals realisme’. In Jean Baudrillards termen verwijst vals realisme naar hyperrealiteit, een realiteit zonder oorsprong of werkelijkheid, die voortkomt uit de vernietiging van het onderscheid tussen het origineel en de kopie, of tussen het verleden en het gerepresenteerde beeld van het verleden.

De huidige culturele obsessie met nostalgie kan ook vanuit een postdigitale invalshoek bekeken worden. Filmregisseur Jean-Luc Godard zei ooit: ‘Fotografie

is waarheid. Film is waarheid, 24 keer per seconde’.¹²² Fotografie toont de werkelijkheid, terwijl bewegend beeld meer beelden van de werkelijkheid bevat dan we met het blote oog kunnen waarnemen. Het internet levert daarbovenop een oneindige, overrompelende stroom beelden van de werkelijkheid. Het is niet zo dat het alleen maar lijkt alsof de tijd sneller gaat. Volgens de auteurs van *The Age of Earthquakes: A Guide to the Extreme Present* is dat ook echt zo:

Het is geen illusie... De tijd gaat echt sneller. Ik ervaar net zo weinig tijd als iedereen vandaag de dag. Door onze hersenen in te stellen op het internet hebben we zitten prutsen aan de ouderwetste, organische waarneming van tijd. We hebben onze lichamelijke gewaardwording van tijd veranderd. En dat komt niet alleen omdat je ouder bent en ieder jaar een kleiner percentage van je leven is. Het gaat simpelweg sneller.¹²³

Dat digitale technologie en het internet de wereld hebben veranderd staat vast. Hoewel de wereld (op al de digitale gadgets na) niet heel anders oogt dan voor de digitale revolutie, is de ervaring van ons leven wel degelijk heel erg veranderd. Het internet is als een paradox: enerzijds functioneert het als accelerator die de wereld versnelt; anderzijds als collectieve tijdmachine.

Cultuurcriticus Kurt Andersen beschouwt nostalgie als een onbewuste collectieve reactie op alle nieuwigheden die voortdurend over ons heen komen op het gebied van technologie, geopolitiek en economie.¹²⁴ Mensen kunnen volgens hem maar beperkt omgaan met veranderingen, met het vreemde en met hun eigen ontevredenheid. Het internet, mobiele telefoons en andere digitale technologi-

sche ontwikkelingen zoals kunstmatige intelligentie ont-
wrichten onze levens en daardoor proberen we als nooit
tevorens vast te houden aan het bekende en vertrouwde
op het gebied van stijl en cultuur. Hoe meer er verandert,
hoe meer hetzelfde blijft, misschien wel vooral stijl en
cultuur. Reactieve nostalgie, de meer bewuste vorm van
nostalgie, komt volgens Reynolds voort uit een bepaalde
mate van ontevredenheid met het heden, of dat nu de
industriële revolutie, het kapitalisme of de digitale revolu-
tie is. Nostalgie is vaak in een slecht daglicht geplaatst,
maar dat wil niet zeggen dat nostalgie per definitie slecht
is of niet ook een belangrijke functie kan hebben. Het
verleden kan namelijk heel goed gebruikt worden om
dat wat ontbreekt in het heden, of bijvoorbeeld in heden-
daagse technologie, te bekritisieren. Reflectieve kritiek
kan ook juist aanpassingen aan nieuwe technologie, of
onze omgangsvormen daarmee, mogelijk maken.

Mijn generatie werd geboren in een tijd zonder wijd-
verspreide digitale technologie. Midden jaren negentig
installeerde mijn vader de eerste computer in onze huis-
kamer, binnen een decennium veranderde het bakbeest
in een laptop. De vaste telefoon werd vervangen door
een mobiele telefoon die nu alweer een opvolger heeft in
de smartphone. Inmiddels heb ik al meer mobiele tele-
foons versleten – ik herinner me er zeven, gemiddelde
levensduur slechts twee jaar – dan dat mijn grootouders
vaste telefoons in huis hebben gehad. Komt het door
deze snelle opeenvolging van ontwikkelingen dat ik soms
het onbehaaglijke gevoel heb dat de tijd voorbijvliegt?
Komt de reactieve nostalgische reactie daaruit voort?
Zoals de 1.555.876 (!) Tumblrreacties op het bericht ‘a
90’s kid? don’t you mean sad adult?’¹²⁵ van eyebrowgod
laten zien:

eyebrowgod: *70,000 people have reblogged this but no
one is trying to defend themselves*

alice-rabbit: *There is nothing to defend*

lookingforshadows: *#i read a post once that described 90s
kids as the generation of nostalgia #because so
much technological advancement happened in such a
rapid timeframe when we were growing up #that we
can clearly remember having technologies that are now
obsolete #like going from a corded hugeass phone
to a small computer in your pocket just within our
formative years is a major thing #and it sparks a nostal-
gia for our seemly ‘simpler’ childhoods #because
so much rapid development makes it seem like it was a
lot longer ago than it actually was (x)*

instead-of-sighs: *This is the most solid explanation of our
decade I have ever heard.*

fakenasty: *Oh my god*

retrophilia: *Just to add onto that, our childhood wasn’t
even technology based. We grew up knowing of chalk,
skateboards, jump rope, street hockey, playgrounds,
butterfly collecting, etc. Slowly technology took over
our lives and now there are hardly kids playing outside
in the summer. We can clearly remember our childhood
as it was and now we can see the clear line between
it. We were the generation right smack in the middle of
it all. Our parents were of non-tech and our children/
young siblings will be all tech.*

breelandwalker: *Not to mention, ours was the last generation that grew up with all those bright promises of “work hard, go to college, and you’ll have a successful life,” only to find those hopes abruptly dashed when the housing bubble burst. Millennials have grown up expecting that disappointment, because for them, the problem has been there since Day One. So 90s kids aren’t just nostalgic...we’re BITTER. And we ache for those days when we could still think that the world was boundless and full of the opportunities we were promised since the first day of kindergarten.*

austinmeowdodge: *THIS IS BEYOND REAL*

khaleesim0ther: *This post brought me to tears.*¹²⁶

De wereld lijkt te veranderen met de snelheid waarmee informatie kan worden opgezocht op het internet. Maar is dat wel echt zo? Tijdens een onderzoeksreis naar New York sprak ik met mediatheoreticus Douglas Rushkoff. We denken dat we mensen kunnen klonen, zei hij, maar in de praktijk zijn we niet eens in staat om kanker te genezen. *De Correspondent* publiceerde een artikel met de titel ‘De wereld verandert helemaal niet sneller dan ooit’ waarin Jesse Frederik stelt dat de impact van grote uitvindingen zoals de computer, smartphone en het internet niet moet worden overdreven:

Ja, ponskaarten zijn vervangen door spreadsheets, typemachines door tekstverwerkers, biepers door smartphones, het vriendenboekje door Facebook en ga zo maar door. De boekwinkels, videotheken en kledingwinkels vallen bij bosjes om door de ontregelende kracht van het internet. Niemand kan betwisten dat

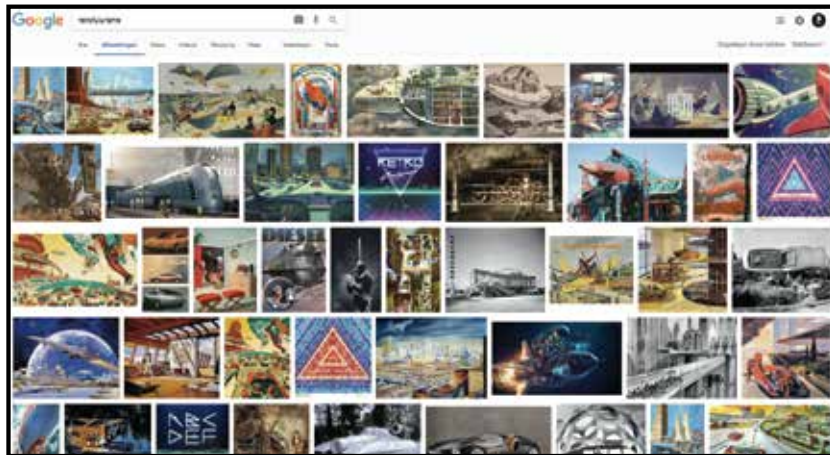
onze Grote Uitvindingen flinke impact hebben gehad. Maar we moeten de reikwijdte van die verandering niet overdrijven. Hoe we ons vervoeren, wat we eten, hoe we ziektes genezen, welke kleding we dragen – ze zijn nauwelijks veranderd door het internet.¹²⁷

Als je kijkt naar wat we het meest doen met die bijzondere nieuwe communicatietechnologie – obsessief ons leven documenteren, kletsen, films kijken, series binge-watchen, restaurants zoeken, rekeningen betalen, nieuws lezen en ons wentelen in nostalgie – is niets hiervan cultureel gezien werkelijk nieuw of heel indrukwekkend.¹²⁸ Culturele objecten zoals films, muziek en boeken zijn op een inhoudelijk niveau nauwelijks veranderd: schrijvers zijn geen andere boeken gaan schrijven voor of door het e-boek; regisseurs maken geen andere films voor of door Netflix. Er is minder veranderd dan we denken, ook op cultureel gebied. We hebben er allerlei gadgets bijgekregen, maar artistieke vernieuwing is achtergebleven. Het enige dat fundamenteel veranderd is aan culturele objecten is de productie- en distributiewijze. De nieuwe manier van distribueren die het internet en digitale apparaten geven creëren, in termen van Marshall McLuhan, een nieuwe boodschap: de sensatie van constante verbondenheid, oneindige keuze, overvloed en snelheid, die onze tijd van andere tijden onderscheidt.

De hoop op een futuristische toekomst is geen werkelijkheid geworden. Vakanties op de maan, robotbutlers en trans-Atlantische treinen die met de snelheid van het licht door vacuüm tunnels schieten: allemaal clichébeelden van een toekomst van vóór mijn tijd. Ik ken die beelden van fascinerende retrofuturistische plaatjes die rondslingeren op internet. Simon Reynolds daarentegen

groeide op met het idee dat in de eenentwintigste eeuw deze sciencefiction allang werkelijkheid zou zijn. De frustratie dat die toekomst van ooit nooit werkelijkheid is geworden, leidt volgens hem tot een nostalgie voor de toekomst. Hoewel technologische doorbraken zoals de compressie van informatie volgens Reynolds net zo verbazingwekkend zijn als de ruimtestations en gevechtsroboten die hij ooit beschouwde als dagelijkse toekomst, is het wel een probleem dat technologische ontwikkelingen op microniveau er minder indrukwekkend uitzien dan die op macroniveau.

162



Google-zoekresultaten 'retrofuturisme'.

Gefascineerd zit ik in de trein op mijn iPhone te staren naar retrofuturistische plaatjes van de *jetpacks* waar Reynolds ooit zo naar uit heeft gekeken. Ik vraag me af wat voor een toekomst ik eigenlijk voor me zie. Zal ik wel ooit in een vliegende auto naar het werk gaan? Wordt 'Life on Mars' echt de beste realityshow aller tijden? Zal ik ooit een chip in mijn oog implanteren als extern geheugen, en zit ik daar überhaupt wel op te wachten?

163



Futuristische stad.

Voor Reynolds voelt het alsof de vooruitgang zichzelf heeft vertraagd. De jaren zestig waren de climax van de twintigste-eeuwse innovatiegolf, de decennia daarna bestonden uit stagnatie en terugslag. 'De jaren vijftig en zestig werden gekarakteriseerd door een gerichtheid op de toekomst (*future-mindedness*), een houding van vooruit kijken die niet alleen probeerde mogelijke uitkomsten te identificeren, maar ook om de beste daarvan te realiseren.'¹²⁹ In het analoge tijdperk ging het dagelijks leven volgens Reynolds langzamer (je moest bijvoorbeeld wachten op het nieuws), maar voelde het alsof de cultuur als geheel vooruitging. In het digitale nu bestaat het dagelijks leven volgens hem uit hyper-acceleratie en bijna-onmiddellijkheid (je kunt culturele producten direct downloaden, alle nieuws in real time volgen, teksten hoef je alleen maar te skimmen), maar het macro-culturele niveau voelt statisch en vastgelopen. Future-mindedness heeft plaats moeten maken voor

‘hier-en-nu-mindedness’. Heeft *future shock* – het idee dat mensen de snelheid van technologische ontwikkelingen niet bij kunnen houden – geleid tot toekomstmoetheid?

In 2010 constateerde sciencefictionauteur William Gibson dat sciencefiction in de traditionele, speculatieve zin overbodig was geworden; we zouden immers al leven in de toekomst.¹³⁰ Wat wel nodig is volgens Gibson, is onderzoek naar het heden. Reynolds is het hier niet mee eens, volgens hem is er juist te weinig werkelijk veranderd. Hij kent geen *shock of the new*, enkel een *shock of the old*. Volgens hem kan het in dit soort nostalgische tijden makkelijk zijn om jezelf te overtuigen dat originaliteit overschat is, dat kunstenaars altijd hebben gerecycled en dat alles al eens is gedaan. Hij herinnert zich de *future-rush*: het beangstigende, euforische gevoel dat de beste sciencefiction oproept, de duizeling van oneindigheid, het sublieme. Ik ken deze future-rush niet. Ik denk dat ik leef in het vervolg op de future-rush: een tijd waarin sciencefiction veelal dystopisch is, waarin we soms moe zijn van digitale technologie en die oneindige, sublieme digitale wereld waarin alles steeds sneller voorbij lijkt te vliegen. Gelukkig hebben we de foto's nog.

3.3

19.145 foto's

In de afgelopen drie jaar heb ik in totaal ruim 19.000 foto's gemaakt met mijn iPhone. Foto's van lunches en diners, dronken foto's van avonden met vrienden en gin-tonics, foto's van kunstwerken en tentoonstellingen, van de lucht en gebouwen, foto's van (oude) foto's,

screenshots van mooie plaatjes, kleding, WhatsApp-gesprekken, en heel veel selfies: museumselfies, vakantieselfies en gewone selfies. Eenmaal begonnen met het fotograferen van alles werd het maken van een foto een soort vanzelfsprekendheid. Het zijn zoveel foto's dat ik ze bijna nooit terugkijk, tenminste niet zoals ik door fotoboeken van vroeger blader, voor de lol. Ik laat ook nooit meer foto's afdrukken. Na een vakantie neem ik me telkens weer voor om een analoog fotoalbum te maken, maar de laatste keer ben ik in het selectieproces al afgehaakt. Ik had zoveel foto's genomen dat ik niet meer kon kiezen. Ook al kijk ik mijn foto's bijna nooit terug, ik verzorg de bestanden wel heel goed: er is een back-up op mijn laptop, op een externe harde schijf en in de cloud. Het idee dat ik de foto's zou verliezen vind ik verschrikkelijk. Mijn laptop en harde schijf hebben zo de plaats ingenomen van het fotoarchief dat mensen vroeger als onvervangbaar beschouwden en als eerste zouden redden uit een brandend huis.

Digitale fotografie, en met name de altijd beschikbare foto- en videocamera op onze mobiele telefoon, heeft een enorme impact op onze cultuur, ons gedrag en de manier waarop we naar de wereld en onszelf kijken. Bovendien hebben we door mobiele toegang tot het internet de mogelijkheid gekregen om niet alleen alles vast te leggen, maar ook altijd en overal ons netwerk tot in detail op de hoogte te stellen van wat we aan het doen zijn. Het verlangen om het leven te vangen ligt volgens sociaalpsycholoog Sherry Turkle ten grondslag aan de ontwikkeling van nieuwe technologie. Dit fenomeen benoemt zij in *Alone Together* met *life capture*. Turkle vraagt zich af of het vastleggen van het hele leven en het overlaten van herinnering aan technologie, bete-

kent dat wij zelf minder herinneren en ons leven bekijken van een grotere afstand. Leidt de obsessie om het leven te documenteren tot een meer objectieve blik op ons eigen leven – net zoals we de aarde beter begrijpen omdat we deze van een steeds grotere afstand kunnen bekijken? Essayist Susan Sontag beschrijft in *On Photography* hoe reizen onder invloed van de fotografie een strategie werd voor het verzamelen van foto's. In het digitale tijdperk lijkt het er soms op dat het leven een strategie is voor het verzamelen en delen van de tofste ervaringen, om een zo indrukwekkend mogelijk Facebook-, Instagram-, LinkedIn- en Twitterprofiel te kunnen creëren.

Herinneren, zowel van het goede als van het slechte, is volgens Turkle een van de leukste dingen in het leven. Het creëren van een archief komt voort uit een behoefte naar onsterfelijkheid; de herinnering is voor altijd opgeslagen. Maar het archief kan volgens Turkle ook een dergelijke intentie ondermijnen, waardoor we het risico lopen te eindigen met een leven dat wordt gestuurd door de gecreëerde collectie. Het maken van het archief wordt dan belangrijker dan dat waarvoor het ooit in het leven werd geroepen: het opslaan van herinneringen. Onze persoonlijke en openbare archieven worden steeds gedetailleerder. Dave Eggers' dystopische roman *The Circle* – een hedendaagse, gemakkelijke variant op George Orwells' *1984* – illustreert een extreme vorm van life capture. Hij schetst een samenleving waarin transparantie de allerbelangrijkste waarde is en mensen 24/7 als *life streamers* hun leven delen met de rest van de wereld. Ook de aflevering 'The Entire History of You' van de serie *Black Mirror* schetst zo'n griezelig beeld van een nabije toekomst, waarin een chip geïmplant

achter het oor alles opneemt wat je doet, ziet en hoort. Herinneringen kun je laten afspelen voor jouw eigen ogen of op een scherm. Handig als je iets vergeten bent (dan spoel je gewoon even terug) of als de seks met je ex beter was (dan speel je dat gewoon af terwijl je met je huidige partner vrijt). Het is minder handig als je iets verborgen wilt houden voor je geliefde en die je dwingt de opname af te spelen op groot scherm.

Een non-fictief life capture- ofwel livestream-experiment is *Super Stream Me*, een serie uit 2015 geproduceerd door de VPRO. Twee mannen van mijn leeftijd, Tim den Besten en Nicolaas Veul droegen achttien dagen lang vierentwintig uur per dag een camera bij zich die alles wat zij deden livestreamde op internet. Ook hun locatie, hartslag en het aantal kijkers werden in beeld gebracht. Den Besten en Veul beantwoordden dagelijks vragen over hun emoties en ervaringen, wat werd omgezet in data. Van ruige feestjes, poepen en douchen tot een lijntje cocaïne snuiven: alles kwam in beeld. Het experiment liep niet goed af en werd na vijftien dagen gestaakt omdat de jongens kampten met symptomen van een opkomende depressie of burn-out.

Super Stream Me is een hedendaagse variant op het experiment van Josh Harris, ofwel: 'de grootste internetpionier waar je nog nooit van hebt gehoord'. In 1999 opende Harris, ook wel de Andy Warhol van de cybergeneratie genoemd, een capsulehotel vol met camera's in New York. Meer dan honderd mensen deden mee aan *Quiet, We Live in Public*: een sociaal experiment waarin alles (slapen, eten, seks, douchen, wc-bezoek, drugsgebruik) genadeloos werd vastgelegd door camera's. In het hotel of via het internet, iedereen kon altijd meekij-

ken. *Quiet* was een feestparadijs met een (kunstzinnige) schiettent, feestzaal, theater, tempel, club en gigantisch Riskbord. De bewoners hadden volledige vrijheid en alles was gratis; er werd betaald met privacy. Wat kon er misgaan?

Harris voorzag, als gevolg van het internet, een toekomst van toezicht, controle en het verlies van privacy. Volgens hem zou het netwerk van computers en webcams het panopticon nieuw leven inblazen. Het panopticon is een door filosoof Jeremy Bentham ontworpen prototype voor een gevangenis waarin de cellen zich in een cirkel rondom een centrale wachttoren bevinden. De gevangenen kunnen niet zien of er een bewaker aanwezig is in de wachttoren, waardoor ze als het ware altijd onder toezicht staan en gedisciplineerd worden. Het panopticon is in de huidige samenleving een metafoor voor de surveillancestaat. *Quiet* liep tijdens de millenniumwisseling ten einde omdat de politie het project stopte, voornamelijk door de gevaren van de schiettent. Harris was niet te stoppen en startte een nieuw project. Dit keer toverde hij zijn eigen woning om tot een panopticon waarin hij samen met zijn vriendin overal in zijn woning vierentwintig uur per dag bekeken kon worden via het internet. Het resultaat van het experiment van Harris was een mentale instorting, een stukgelopen relatie en de vernietiging van zowel zijn reputatie als zijn bankrekening. Het einde van de documentaire over de experimenten, *We Live in Public*, speelt zich af in Ethiopië, waar Harris ver weg van alle hedendaagse vormen van communicatie is gaan wonen. Veel mensen noemen de projecten van Harris experimenten, maar de regisseur van de documentaire, Ondi Timoner, noemt het een metafoor.¹³¹ Omdat je na het zien van *We Live in Public*

het gevoel krijgt dat Harris niet probeerde te tonen wat er *kan* gebeuren, maar wat er *zal* gebeuren.

Turkle vraagt zich af of we, wanneer we weten dat alles in onze levens is vastgelegd, het leven beginnen te leven dat we hopen te archiveren. Daar kan best nog een vraag aan toegevoegd worden: als we weten dat alles in onze levens openbaar is, gaan we dan het leven leiden waarvan de buitenwereld wil dat we het leiden? In het geval van Mae, de hoofdpersoon in *The Circle*, is het antwoord overduidelijk 'ja'. *The Circle* schetst het beeld van een akelige samenleving, en ook dit verhaal loopt niet goed af. In het geval van *Super Stream Me* probeerden de jongens hun normale leven te blijven leiden. Dat bleek onmogelijk, vrienden hadden geen zin meer om af te spreken en de jongens hadden uiteindelijk überhaupt geen zin meer om ergens naartoe te gaan.

Waar het nemen van een foto vroeger participatie aanduidde en ons een gevoel van 'zijn' gaf, is dat vandaag de dag niet meer voldoende. We willen ons fysiek afwezige netwerk betrekken bij wat we aan het doen zijn en

onze ervaringen delen om hetzelfde gevoel van participatie en 'zijn' te ervaren. Daarnaast geeft het uploaden van foto's op een computer een gevoel van opgeruimdheid. Er zijn dingen die we nooit willen vergeten en documentatie stelt ons hier toe in staat. Anderzijds staat het opslaan van gegevens ook in het teken van vergetel-

164



Selfie-toaster met het gezicht van Lance Ulanoff, Chief Correspondent en Editor-at-Large bij technologie-blog *Mashable*.

heid: je kunt het gedocumenteerde loslaten zonder je zorgen te maken dat de herinnering daadwerkelijk weg is, als je het ooit nog nodig blijkt te hebben is het te achterhalen. Doordat we gigabytes en terabytes aan digitale herinneringen hebben, worden die wel minder waard. In de overvloed van beelden is er daarom een zoektocht gaande naar nieuwe manieren om foto's weer waardevol te maken. Ruil digitaal in voor analoog, boots het analoge na, laat foto's verdwijnen, of maak je favoriete selfie tast- én eetbaar met de *Selfie Toaster*. Eén ding is zeker: analoog is schaars, en schaarsste verkoopt.

In 1982 werd in Rusland de LOMO LC-A ontwikkeld: een compacte fotocamera met een scherpe lens, extreem hoge lichtgevoeligheid en robuuste behuizing. Door massaproductie werd de camera populair in de destijds communistische landen. Creatieve studenten pikten de camera op en experimenteerden ermee: ze fotografeerden zonder te kijken of na te denken vanuit de heup. Het leverde veel onscherpe en abstracte foto's op en betekende het begin van een experimentele analoge fotografiebeweging – met manifest – die bekendstaat als lomografie.

Door de komst van digitale camera's verdween lomografie tijdelijk naar de achtergrond. In 2008 lanceerde Lomography een nieuw manifest, getiteld 'The Future is Analogue'. De beweging werd opnieuw populair, misschien wel populairder dan ooit – met volgens Google Trends een absoluut hoogtepunt in december 2011. De lomografen waarderen dat wat door digitale fotografie is verdwenen opnieuw, zoals te lezen is in het manifest:

10 Profetieën van de Analoge Toekomst

1. Laat de digitale sleur achter.
2. De terugkeer van succes, toeval, het onvoorziene, kans, geluk en verrassing.
3. Verwacht het onverwachte en de opwindning van het experiment.
4. Lomography zal boventonen, nuances, geuren, kleuren, vuil & stof en de schoonheid van het echte leven aan ons teruggeven.
5. Film & papier garanderen originaliteit, authenticiteit en eeuwigheid.
6. Kijk tweemaal.
7. Laat los met lomografie.
8. De avant-garde is analoog.
9. Een biljoen frisse analoge tonen wachten op ons.
10. De analoge toekomst is de thuisbasis van een heleboel liefde, vreugde, plezier, seks en... paradijs!¹³²

De analoge toekomst zal volgens Lomography zelfs je leven veranderen:

Het klinkt even ongelofelijk als dat het eenvoudig is: kies analoog en je hele leven zal veranderen. Je leert te vertrouwen op je zintuigen in plaats van op een LCD, je steekt je neus overal in, je realiseert je dat de beste dingen in het leven spontaan gebeuren en dat nieuwsgierigheid het meest natuurlijke ding in de wereld is. Je vrienden zullen je zeggen: "Er is iets met jou, je bent anders, je gloeit, je trilt." En ze zullen het direct begrijpen: analoog leven is sexy, aanstekelijk, verleidelijk. Meisjes en jongens houden ervan en meisjes en jongens houden van jou omdat jij ervan houdt. Maar een beetje hulp van digitale technologie



is geen misdaad. Leef offline maar deel online. Heb plezier, lach, flirt, verleid (met je camera), onthoud (op film), maak je geen zorgen (in het leven) en schiet vanaf de heup.¹³³



Lomography, 'Shoot Your Prophecy'.

Lomography beschouwt analoog als de meest opwindende vorm van expressie in het digitale tijdperk, de avant-garde van de eenentwintigste eeuw. De meest realistische, perfecte en haarscherpe weergave van de werkelijkheid moet plaatsmaken voor imperfectie en abstractie. Lomography wil het aura van Walter Benjamin terugbrengen in de fotografie. Een tikkeltje hypocriet is de strategie natuurlijk wel, want de meeste foto's banen zich direct een weg naar de

digitale wereld om verspreid te worden op de gelijknamige website en sociale media. Zonder digitale buzz zou Lomography haar analoge toekomst niet overleven.

Terwijl selfiesticks de wereld domineren herleeft de analoge fotografie, en niet alleen in de vorm van analoge foto's, camera's en polaroids. Met applicaties zoals Instagram, Hipstamatic en iSupr8 duiken er heel veel digitale foto's en video's op met een analoog tintje.

Foto's die vervaagd zijn, waarvan de tint en het contrast zijn aangepast, de kleuren over- of onderverzadigd zijn en waaraan gesimuleerde vuiltjes en krasjes zijn toegevoegd zodat het lijkt alsof de foto's zijn afgedrukt op fotopapier. De apps bootsen door middel van filters de psychologische afstand van oude foto's en herinneringen na. Het resultaat? Instant nostalgie, volgens socioloog Nathan Jurgenson: 'Foto's worden te gemakkelijk, dus *fuck it*, hier is mijn leven ingelijst alsof het 1942 is.'¹³⁴

De opkomst van digitale fotografie gaat volgens Jurgenson gepaard met een terugkeer van de esthetiek van de analoge foto. Geen compleet nieuw fenomeen, zo ging de opkomst van MP3 ook gepaard met een herwaardering van het analoge vinyl. Het nadoen van analoge foto's noemt Jurgenson *faux-vintage* fotografie: imitatie van vintage. Faux-vintage foto's roepen authenticiteit, echtheid en belangrijkheid op in een tijdperk van simulatie en een overvloed aan digitale beelden. De zogenaamd analoge foto plaatst jou en jouw heden in de context van het authentieke, belangrijke, échte verleden. 'We hebben authenticiteit geassocieerd met de stijl van een vintage foto omdat, voorheen, vintage foto's *daadwerkelijk vintage waren*. Ze hebben de tand des tijds doorstaan, ze gaven een voorbijge wereld weer, en hebben als zodanig een gevoel van belangrijkheid verdiend.'¹³⁵

Hoe goed de filters ook zijn, we denken natuurlijk niet echt dat de foto's in 1942 zijn gemaakt. We zijn ons bewust van de simulatie van nostalgie. De faux-vintage foto's zijn meer vintage dan vintage dat zelf is. Het idee van wat vintage is wordt overdreven en resulteert volgens Jurgenson, met een verwijzing naar Baudrillard,

uiteindelijk in een hyper-reële versie: *hyper-vintage*. Faux-vintage foto's laten alle foto's op elkaar lijken waardoor ze hun authenticiteit uitputten. Wanneer de vintage uitstraling steeds meer wordt geassocieerd met smartphones en digitale applicaties is het belang van de fysieke associatie verloren. 'Het ironische, vernietigende lot dat zoveel trends treft die gebaseerd zijn op het suggereren en uitbuiten van authenticiteit, is dat hun eigen populariteit datgene vernietigt wat ze zo populair heeft gemaakt.'¹³⁶ Natuurlijk volgt er dan weer een tegenbeweging in de zoektocht naar authenticiteit en echtheid. De #nofilter hashtag op Instagram, gebruikt bij foto's zonder filter en inmiddels goed voor 157.592.714 berichten is een logisch gevolg. Ook deze trend is alweer zo goed als voorbij.

De opkomst van faux-vintage foto's houdt volgens Jurgenson verband met sociale media. Volgens hem dwingen sociale media ons om het heden altijd op te vatten als een potentieel gedocumenteerd verleden. 'De explosie van alomtegenwoordige mogelijkheden voor zelfdocumentatie, en het door sociale media beloofde publiek hiervoor, heeft ertoe geleid dat we leven in het heden met een constant besef van hoe het waargenomen zal worden, alsof het al heeft plaatsgevonden.'¹³⁷ De enorme hoeveelheid documentatiemiddelen draagt volgens Jurgenson bij aan een nieuwe zienswijze: *documentary vision*. Met deze term verwijst hij naar het 'oog' dat fotografen ontwikkelen: ervaren fotografen bekijken de wereld als door een lens en als een potentiële foto, ook zonder dat ze een camera bij zich hebben. Ik bekijk de wereld als door een iPhone-camera en als potentieel bericht voor mijn sociale media, ook wanneer ik mijn iPhone niet bij me heb.

Jurgenson is onderzoeker bij Snapchat, een sociaal netwerk dat in het teken staat van tijdelijkheid, leven in het nu en herinneren met je brein in plaats van met je harddisk. De slogan van Snapchat: 'Het leven is leuker als je van elk moment geniet :) Happy Snapping!' Met Snapchat neem je foto's en video's die je kunt delen met een groep vrienden maar die na een aantal seconden voorgoed verdwijnen. Jurgenson noemt Snapchat het breekpunt tussen het ervaren omwille van de ervaring en de ervaring nagestreefd met als doel haar op Facebook te kunnen delen. Een foto bestaat uit tijd en licht en heeft volgens Jurgenson altijd in het teken gestaan van de wens te ontsnappen aan de dood, of in ieder geval de illusie van onsterfelijkheid vast te kunnen houden, omdat de foto een blijvend visueel bewijs van leven is. Zowel uitgeprinte foto's als digitale foto's op Facebook, Instagram en andere sociale netwerken kunnen later opeens ergens opduiken als herinnering. Op Snapchat hebben foto's echter geen toekomst. Het logo is heel toepasselijk een spook. Jurgenson omschrijft in het essay 'Pics and It Didn't Happen' Snapchat als de volgende stap in sociale media. Volgens hem functioneert Facebook nog als digitale weergave van ons analoge leven, waarbij online en offline als twee los van elkaar staande werelden worden beschouwd. Met Snapchat maakt de technologie daarentegen onlosmakelijk deel uit van ons leven omdat het maken van en spelen met digitale foto's centraal staat, in plaats van het vastleggen van het offline leven.

Het grappige aan Snapchat is dat het eigenlijk een uitvergroete weergave is van digitale fotografie in het algemeen. Want de meeste beelden bekijken we vandaag de dag maar kort en vergeten we vervolgens snel.

De tijdelijkheid van de Snapchat-foto is een reactie op de overvloed aan fotografische beelden, die foto's minder waardevol heeft gemaakt. Snapchat kan daarom worden beschouwd als een poging om foto's waardevoller te maken. Waar faux-vintage filters alleen een schaars gevoel oproepen, dwingt Snapchat per definitie een zekere zeldzaamheid af die het beeld voorziet van een verhoogd aura van betekenisvolheid. Snapchat stimuleert herinneren omdat het vergeten mogelijk maakt. Wanneer je een foto (of video) ontvangt met Snapchat tikt de klok af. Je hebt maximaal tien seconden om de foto te bekijken en de betekenis uit het beeld te putten voordat de foto voorgoed verdwijnt. Een foto op papier verdwijnt langzaam door de jaren, de tijdelijke foto verdwijnt plots. Deze tijdelijkheid verscherpt de focus van de kijker. Omdat je maar heel even kunt kijken, moet je heel goed kijken.¹³⁸ De fotografische esthetiek die Snapchat veroorzaakt is lastig te achterhalen aangezien niemand kan weten hoe de zelf-verwijderende foto's er tezamen uitzien. Deze onwetendheid of onzichtbaarheid is misschien wel de grootste esthetische implicatie van het medium.

Als alledaagse fotografie tijdelijke fotografie zou zijn en we de meeste foto's die we nemen niet meer terug zouden kunnen zien omdat ze niet zijn opgeslagen, worden de foto's die je selecteert om wel voor altijd op te slaan schaarser en dus waardevoller. Volgens Jurgenson is er in tijden van digitale overvloed dringend behoefte aan opzettelijke verdwijning, zodat een aantal zaken, zoals foto's, weer onsterfelijk kunnen worden.

4 Offline

als luxe

4

Offline als luxe

I Think I Need to Break Up With the Internet
Amy Alabaster¹³⁹

06-nummers raken op omdat onze apparaten ook bereikbaar moeten zijn, Facebook wil met drones afgelegen gebieden op aarde van internet voorzien, en X – The Moonshot Factory (een semi-geheime ontwikkelingsinstelling opgericht door Google Inc., dochteronderneming van Alphabet Inc.) wil met ballonnen zwevend in de stratosfeer ervoor zorgen dat de hele wereldbevolking toegang heeft tot internet. En tegelijk: jongeren verlaten Facebook, kinderen van hightech professionals gaan naar low-tech scholen en topmanagers hebben geen mobiele telefoon meer. *Digital diets*, *digital detoxes* en wifivrije cafés duiken op in een samenleving waarin yoga en *mindfulness* – niet geheel toevallig – ook populair zijn. Ze beloven allemaal om (een illusie van) rust te creëren in onze drukke, met informatie overspoelde levens.

Terwijl digitale pioniers in Silicon Valley werken aan

167



X, Project Loon.

een wereld waarin alles en iedereen altijd met elkaar verbonden is door digitale technologie, heerst in de postdigitale samenleving digitale ontgoocheling en is offline romanticisme voelbaar. De ‘altijd aan’-status van digitale communicatie stelt onze concentratie, aandacht, focus en houvast



Tim Macpherson, mensen met hun mobiele telefoon in een zwembad, Getty Images.

op de proef, en de oneindige hoeveelheid altijd beschikbare informatie voelt overweldigend. Met de wereld in haar broekzak worstelt de westerse maatschappij met een chronisch gevoel van leegheid, verminderde sociale vaardigheden en depressie.¹⁴⁰ In de zoektocht naar een gezonde relatie met digi-

tale technologie komen soms ook extremen naar voren. Een van deze extremen is het verlangen naar onbereikbaarheid en afgesloten zijn van de digitale wereld, naar communicatie mét concentratie, aandacht en focus.



'Polar Cell Phone Nullifier', Paim Comunicação, 'Porto Alegre - Brazil, 2014.

De offline-trend is ook in gadget- en marketingland booming. Telecomprovider Ben lanceert de campagne '#bordjeprik': een tactiek om de aandacht van je belende tafelenoot te trekken door stiekem zijn of haar bord leeg te eten. Braziliaans biermerk Polar ontwikkelde

de 'Polar Cell Phone Nullifier': een bierkoeler die gsm, wifi, gps, 3G en 4G signalen blokkeert. 'Offline Glass' blijft alleen staan als je je bier op je smartphone zet. En 'Block' is een strak ontworpen opbergdoosje voor maximaal zes smartphones dat alle signalen blokkeert: 'postdigitale luxe' die mede mogelijk werd gemaakt door T-Mobile. Is het niet opmerkelijk dat telecomproviders, die baat hebben bij excessief bel- en internetgedrag,

kiezen voor een verbreek-de-verbinding reclamestrategie? De campagne van KitKat is minder tegenstrijdig, zij hebben gratis 'No-WiFi Zones' gelanceerd voor een welverdiende *break*. En wil je langer offline dan je pauze? Dan blokkeer je afleidende websites eenvoudig met apps als SelfControl, Freedom, Zero Willpower en StayFocusd. De app Digital Detox Challenge belooft je als je offline bent. De slogan: 'Win the challenge. Win your life back.'¹⁴¹ De app PAUSE maakt er een spel van: wie is het langst offline? Je kunt ook meedoen aan de 'National Day of Unplugging'.



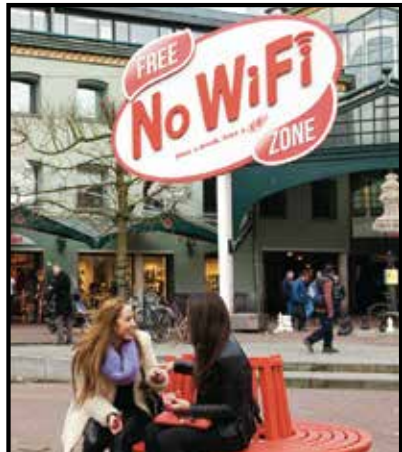
'The Offline Glass', Fischer&Friends, 2013.



'BLOCK'.



Ben, '#bordjeprik', 2016.



KitKat, 'No WiFi Zone', J. Walter Thompson Intelligence, 2013.

Wil je helemaal offline? Dan kun je op digital detox. De eerste hit op Google wanneer je zoekt op 'digital detox' (ongeveer 8.710.000 resultaten) leidt naar de website van 'Digital Detox® LLC. – Disconnect to Reconnect®'. Op de website lees je: 'WE LEVEN IN EEN BUITENGEWONE TIJD IN DE MENSELIJKE GESCHIEDENIS', gevolgd door de volgende introductie:

We zijn wereldwijd meer verbonden dan ooit tevoren, maar het leven in het digitale tijdperk is verre van ideaal. De gemiddelde Amerikaan besteedt meer dan de helft van zijn wakkere leven starend naar een scherm. De negatieve psychologische, sociale en culturele impact is echt. Dingen moeten veranderen. Ons vermogen om evenwichtig te blijven in deze tijd van exponentiële technologische groei en om gezonde relaties met onze digitale apparaten te creëren, zal de toekomst van de mensheid bepalen. Het ontwikkelen van een nieuwe ethische code rondom technologieën, het creëren van een sociale etiquette, het stellen van positieve culturele normen, het creëren van bewustzijn rondom schadelijke gewoonten en het verspreiden van het belang van mindfulness is urgent. Dit is onze kans om de weg vrij te maken voor toekomstige generaties en onderweg onze menselijkheid te vieren. Samen zullen we herdefiniëren wat het betekent om verbonden te zijn.¹⁴²

Digital Detox® verzorgt verschillende offline retraites. Het meest bekend is 'Camp Grounded': een zomerkamp voor volwassenen waar je weer even kind kunt zijn. Het komt nog het meest in de buurt van populaire faux-hippie festivals, zoals Boom Festival in Portugal, waar je ook zonder telefoon rondloopt en je door gebrek aan fatsoenlijke sanitaire voorzieningen en creatieve workshops je primitieve ik leert kennen. Op 'Camp Grounded' verbind je je met de oermens of het kind in jezelf door yoga, mindfulness, bewust en gezond eten, schrijven, analoge kunst, reflectie en *playsshops* zoals pijl en boog schieten, legoën, tekenen, analoge fotografie, bloemen-

174



Camp Grounded. Still uit *Offline als luxe*, 2016, VPRO Tegenlicht, regie: Bregtje van der Haak.

kransen maken, ukelele spelen, lopen op stelten en lepels snijden uit hout. De regels: werkgerelateerde gesprekken en netwerken zijn verboden, net als internet, telefoons of andere beeldschermen. Klokken zijn ook niet toegestaan. Er is geen baas, geen stress, geen angst, geen FOMO (*Fear Of Missing Out*). Het belofde

resultaat: cultivering van mindfulness en bewustzijn, een meer gebalanceerd leven, reflectie, perspectief, duidelijkheid, visie, verbeterde creativiteit, verbeterde slaap, een diepere focus, een verlaagde bloeddruk en hartslag, afname van stress en toename van dankbaarheid. Digital detoxes zullen angst, depressie, afhankelijkheid van technologie, vermoeidheid en *information overload* verminderen. Digital Detox® belooft niets minder dan de koers van de menselijke geschiedenis te verschuiven. Het kamp is populair, ook onder de digitale pioniers.

De vraag is alleen in hoeverre de manier waarop nieuwe technologie wordt ontworpen daadwerkelijk zal veranderen door lachyoga en macramé. Want zodra je weer achter je computer zit in de ‘echte’ wereld verval je gemakkelijk in je oude patronen.

Digital Detox® is volgens de bedenkers een slow-down, geen start-up, hoewel de website toch echt het laatste uitstraalt. De combinatie van het *registered trademark*-symbool dat overal opduikt, de prominente logobalk met bekende pers, en het prijskaartje van €653,- voor drie dagen offline en slapen in een stapelbed in het noorden van Californië maakt het tot een trendy digitaal-ontgift-festival dat enkel en alleen voor de *happy few* toegankelijk is. Het niet-verbonden leven is gekapitaliseerd. Offline is het nieuwste hebbedingetje. We leven inderdaad in bijzondere tijden. Het meest typerend is de oproep ‘*Stay connected*’ op de Digital Detox® website, waar je je kan inschrijven voor de nieuwsbrief. Die wordt echt niet per post verstuurd. Je kunt misschien toch beter zelf je tent pakken, je telefoon per ongeluk expres vergeten en naar een camping rijden, om daar in drie dagen jezelf terug te vinden in de natuur.

4.1

Offline romanticisme

Volgens Digital Detox® zijn we meer verbonden dan ooit tevoren maar is het leven in het digitale tijdperk verre van ideaal: we zijn verslaafd aan het internet en onze apparaten en communiceren liever digitaal dan face-to-face. Stevige internetgebruikers hebben meer kans op

depressies, we zijn veel afgeleid, multitasken heel de dag door terwijl het onze productiviteit niet ten goede komt, we ervaren stress die niet meer door vakanties kan worden opgelost, beeldschermen hebben een negatieve invloed op onze nachtrust en intens gebruik van sociale media verhoogt de kans op eenzaamheid, jaloezie en angst. Deze negatieve gevolgen van het leven in het informatietijdperk komen niet uit het niets.

Internetcriticus Geert Lovink ontvouwt in *Social Media Abyss: Critical Internet Cultures and the Force of Negation* een overzicht van de internetkritiek en -theorie van de laatste tien jaar, waarin sociale media een grote rol zijn gaan spelen. Los van de techno-optimisten en -goeroes in Silicon Valley onderscheidt hij twee andere trajecten. De Amerikaanse aanpak (met schrijvers uit het bedrijfsleven zoals Nicholas Carr, Andrew Keen en Jaron Lanier, en academicus Sherry Turkle) bekritiseert sociale media en digitale communicatie vanwege haar oppervlakkigheid en vluchtigheid. De auteurs schrijven over de negatieve effecten van het internet op de mens, zoals het verlies van focus en concentratie, information overload, de invloed op het geheugen, rusteloosheid, eenzaamheid, het versplinteren van de identiteit en de bedreiging van onze intellectualiteit. De Europese benaderingswijze (hier noemt Lovink de filosoof Bernard Stiegler, het Italiaanse collectief Ippolita, de in 2017 overleden cultuurwetenschapper Mark Fisher, theoreticus en activist Tiziana Terranova, filosoof en activist Franco Berardi, en zichzelf) richt zich meer op de economische en culturele context van (de crisis van) het digitaal kapitalisme dat farmacologische effecten produceert. Stress, RSI-klachten, burn-outs en ADHD-symptomen linken zij aan het internet en digitale technologie. De reflectie op het

intense gebruik van internet en sociale media is volgens Lovink onderdeel geworden van een veel grotere maatschappelijke analyse, waarin netwerken worden gelinkt aan globalisering en psychologie.

Ik vraag me af of het wel terecht is dat de schuld van deze menselijke problemen wordt gegeven aan internet. In hoeverre veroorzaakt het internet daadwerkelijk eenzaamheid, jaloezie, angst, stress, burn-outs en ADHD-symptomen? Ontstaan dit soort problemen niet gewoon doordat we nog niet precies weten hoe we het beste met deze relatief nieuwe technologieën om kunnen gaan? Nieuwe technologie heeft altijd geleid tot discussie, weerstand en extreme reacties. Het schrift, de drukpers, de fotografie, de televisie, alle revoluties in de informatie- en communicatietechnologie gingen gepaard met apocalyptische angsten.

De Griekse filosoof Socrates was bijvoorbeeld in de vijfde eeuw voor Christus zeer sceptisch over de nieuwe technologie van zijn tijd: het schrift. Hij waarschuwde zijn leerling Plato voor de desastreuze invloed die het schrift zou hebben op de maatschappij. De filosofie geeft volgens Socrates en Plato toegang tot het wezenlijke en de waarheid, in tegenstelling tot de literatuur. Literatuur werd beschouwd als imitatie en afbeelding. Het woord komt niet alleen los te staan van de waarheid, maar stelt zich op in plaats van de waarheid. In de literatuur en met name de poëzie wordt het woord een simulacrum, kun je zeggen met een verwijzing naar de twintigste-eeuwse filosoof Baudrillard, een 'afbeelding' die de plaats van het origineel inneemt. Plato plaatste de idee lijnrecht tegenover het woord. De idee is superieur: waarheidsgetrouw, abstract, tijdloos, waar en oorspron-

kelijk. Het woord is daaraan ondergeschikt: het bootst alleen maar na en is beperkt door de omstandigheden zoals de taal waaruit het afkomstig is. Hij beschouwde het woord in het beste geval als een adequate voorstelling die nooit kan samenvallen met datgene wat het uitdrukt. Ondanks al zijn ideeën zag Plato waarschijnlijk toch in dat het schrift ook voordelen had. Hij schreef de leer van Socrates op, waardoor wij nu nog steeds kunnen genieten van zijn werk.¹⁴³

Sinds de uitvinding van het schrift wordt iedere nieuwe technologie door critici verbonden aan een verdere afbrokkeling van aandacht. De kern van de discussie is nog steeds dezelfde: net als het schrift zou bijvoorbeeld

ook de harde schijf ons geheugen doen verslechteren, omdat we minder zelf hoeven te onthouden. In het NRC-artikel 'Heeft de iPhone ons leven te snel veroverd?' vraagt journalist Wouter van Noort zich af of burn-outklachten niet gewoon horen bij de introductie van een nieuwe technologie.¹⁴⁴ Hij verwijst naar *De duizelingwekkende jaren: Europa 1900–1914* waarin historicus Philipp Blom schetst hoe de enorme technologische ver-

anderingen in het begin van de twintigste eeuw leidden tot neurasthenie, een destijds nieuwe psychische aandoening. Terwijl de telefoon en de telegraaf voor een revolutie zorgden, doken er in de samenleving sympto-

175

THE SIMPLE ANSWERS TO THE QUESTIONS THAT GET ASKED ABOUT EVERY NEW TECHNOLOGY:		
WILL ☐ MAKE US ALL GENIUSES?		NO
WILL ☐ MAKE US ALL MORNS?		NO
WILL ☐ DESTROY WHOLE INDUSTRIES?		YES
WILL ☐ MAKE US MORE EMPATHETIC?		NO
WILL ☐ MAKE US LESS CARING?		NO
WILL TEENS USE ☐ FOR SEX?		YES
WERE THEY GOING TO HAVE SEX ANYWAY?		YES
WILL ☐ DESTROY MUSIC?		NO
WILL ☐ DESTROY ART?		NO
BUT CAN'T WE GO BACK TO A TIME WHEN--		NO
WILL ☐ BRING ABOUT WORLD PEACE?		NO
WILL ☐ CAUSE WIDESPREAD ALIENATION BY CREATING A WORLD OF EMPTY EXPERIENCES?		WE WERE ALREADY ALIENATED

Randall Munroe, 'Simple Answers'.

men op die verdacht veel lijken op de klachten die we nu aan een burn-out zouden verbinden, zoals hoofdpijn, prikkelbaarheid, depressieve klachten, bezorgdheid over de geestelijke en lichamelijke gezondheid, en angst- en slaapproblemen. Maar ondanks de bezorgdheid en kritiek waar de introductie van een nieuw medium altijd mee gepaard gaat, hebben we ons door de jaren heen altijd nog gered. We hebben ons aangepast zonder opvallend zichtbare schade – ik heb bijvoorbeeld nog nooit iemand met vierkante ogen gezien – en met meer dan zichtbare vooruitgang.

Hoe, wanneer en hoelang we naar een scherm kijken heeft tot een nieuw populair discours geleid. Een discours dat cirkelt om bezorgdheid over onze menselijkheid, de echtheid van ervaringen en wat er überhaupt nog allemaal ‘echt’ is. In het essay ‘Fear of Screens’ analyseert Nathan Jurgenson deze kritiek. Het begint altijd met een definitie van wat ons mens maakt: het hebben van een ‘authentieke’ identiteit, ‘echte’ emoties, morele gevoeligheid en ‘diepe’ sociale connecties. Ons vermogen om deze ‘echte’ waarheden en gevoelens te ervaren, wordt gezien als aangeboren en kwetsbaar. Op ieder moment kan de verraderlijke technologie de fragiele balans verstoren en onze menselijkheid van ons afpakken. Gelukkig is er volgens de offline romantici hoop. Ga offline, omarm het tastbare, onderga een reinigende digital detox en je zult opnieuw verbinding maken met de échte, betekenisvolle wereld en je ware zelf. In dit offline-discours is JOMO (*Joy Of Missing Out*) het nieuwe FOMO, en IRL het beloofde land. Offline romantisme duikt overal op, zelfs het internet staat er vol mee:

*How Britney Spears Inspired Me to Do a Smartphone Detox*¹⁴⁵

*Lose Your Selfie in the Moment*¹⁴⁶

*Dropping My Phone in the Toilet Changed my Life*¹⁴⁷

*What My Vacation From Facebook Taught Me About My Life*¹⁴⁸

*5 Ways to Digitally Detox Without too much Stress*¹⁴⁹

*To Avoid a Device Intervention, Try Digital Detox*¹⁵⁰

*Digital Detox – The Art of Switching off*¹⁵¹

*How to Keep Your Screen Addiction From Harming Your Happiness*¹⁵²

*Unplugging – The New Freedom*¹⁵³

*How To Take Control Of Your Digital Life (And Your Real Life)*¹⁵⁴

*Specialized Hotels Are Making It Easier Than Ever To Unplug. Ditch the screen and just relax*¹⁵⁵

*11 Stunning Places Without Wi-Fi So You Can, Y’Know, Actually Enjoy The View*¹⁵⁶

*A Tech-Free Vacation Can Change Your Life, Really*¹⁵⁷

*The Amazing Discovery I Made When My Phone Died*¹⁵⁸

*Eat, Pray and Unplug*¹⁵⁹

*Technology May Let Us Travel Across Time and Space in an Instant, but Disconnecting Allows Us to Tap into Deeper Parts of Ourselves*¹⁶⁰



'There is no Wifi in the forest but you will find a better connection.'



InstaRevealed, 'Less scrolling... More Living'.



David Schwen, 'Stop updating, start living', 9 mei 2011.

De bekendste offline romanticus is de al genoemde Sherry Turkle. De titel van haar op-een-na-laatste publicatie, *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*, maakt direct duidelijk wat haar boodschap is. Volgens haar zullen onze digitale levens leiden tot eenzaamheid: 'We gaan online omdat we druk zijn maar uiteindelijk besteden we meer tijd aan technologie en minder tijd aan elkaar.'¹⁶¹ Zij illustreert dit met anekdotische, vrij extreme voorbeelden uit interviews met kinderen en volwassenen die op sociaal niveau worstelen. Turkle beschrijft ontmoetingen met mensen die het online leven als meer bevredigend ervaren dan het 'echte' leven, tieners die duizenden WhatsApps per maand sturen en volwassenen die liever typen dan praten. Ik maak kennis met de zesenvetertigjarige Pete die in *Second Life* met Jade kletst (via tekstberichten). Hun avatars hebben ook een erotische verhouding. Jade en Pete praten over seks, Second Life-roddels, geld, werk en gezondheid. Pete bespreekt zelfs zijn gezondheidsproblemen waarover hij niet met zijn vrouw kan praten. Ondanks dat Pete geen behoefte heeft om Jade in real life te ontmoeten, heeft hij een oplossing gevonden voor zijn slechte huwelijk. Hij zegt: 'Second Life geeft me een betere relatie dan ik heb in het echte leven. Dit is waar ik me het meest mijzelf voel. Jade accepteert me zoals ik ben. Mijn relatie met Jade maakt het voor mij mogelijk om in mijn huwelijk met mijn gezin te blijven.'¹⁶² Een ander onderzoeksobject is Audrey, een zestienjarig meisje dat zich eenzaam voelt binnen haar gezin. Zij beschouwt haar telefoon als de lijm die haar leven bij elkaar houdt.

In het vervolg op *Alone Together*, getiteld *Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age*, volgt

wederom een hele lijst met problemen die voortkomen uit overmatig gebruik van smartphones. Digitale technologie heeft zich in het menselijke gesprek gemengd en slokt alles op: 'Elke keer als je je telefoon checkt in gezelschap, is een neurochemische stimulans wat je wint, en wat je verliest is dat wat een vriend, leraar, ouder, geliefde of collega zojuist zei, bedoelde, voelde.'¹⁶³ Digitale communicatie leidt volgens Turkle tot een gereduceerd vermogen om om te gaan met eenzaamheid en verdriet, tot minder empathie en minder diepgaande relaties. Jongeren kunnen volgens haar geen boek of lange tekst meer lezen. Ze kunnen zichzelf niet uitdrukken, geen vriendschappen sluiten of hechte banden vormen. Deze jongeren luisteren niet, kunnen geen oogcontact maken, niet reageren op lichaamstaal en zijn in het algemeen ongeïnteresseerd in elkaar. Om het 'echte' gesprek terug te eisen moeten we volgens haar bewuster zijn als we online gaan, en af en toe de stekker uit de modem trekken.

Nathan Jurgenson schrijft in het essay 'The Disconnectionists' dat *unpluggen* niet zozeer gaat over het nemen van een pauze om jezelf op te laden, maar meer over een door technologie aangewakkerd verlangen naar autonomie. Jurgenson omschrijft deze veelgemaakte denkfout met cynisme:

Er was eens een pre-digitaal tijdperk waarin persoonlijke authenticiteit gouden tijden beleefde. Een tijd van voor socialemediaprofielen, waarin we meer trouw waren aan onszelf, waarin het begrip van wie we waren stevig bij elkaar werd gehouden door geografische ruimte, fysieke realiteit, de werkelijkheid van vlees en bloed. Een tijd zonder Klout-achtige

statistieken die onze waarde bepalen, waarin identiteit erom ging succesvol te lijken of om gekonkel om aandacht.¹⁶⁴

Vervolgens licht hij de moraal van het verhaal toe:

Volgens dit populaire sprookje kwam toen het internet en werden echte gesprekken, interactie en identiteit langzaam verdrongen door de allure van het virtuele – het gesimuleerde tweede leven dat het authentieke zelf ontwortelt en afdankt ten gunste van digitale status-geneuzel, lege interactie en verslavende verbinding. Dit is zogenaamd de wereld waarin we nu leven, zoals de recentelijke stortvloed van populaire boeken, essays, gezondheidsgidsen en virale content suggereert.¹⁶⁵

Jurgenson is zo cynisch omdat hij duidelijk wil maken dat de spelers in het offline-discours een heleboel dingen over het hoofd zien. Critici en offline romantici lijken haast wereldvreemd omdat ze doen alsof er iets verschrikkelijks gaande is als gevolg van digitale technologie. Enerzijds klopt dat, anderzijds valt het best wel mee. Jurgenson verwijst in deze context naar de lange traditie die het veranderen van de 'natuurlijke' wereld door technologie bestudeert, en de richting daarbinnen die betoogt hoe door deze veranderingen de waarheid of essentie van de werkelijkheid verloren gaat, van Socrates en Plato tot Walter Benjamin en Jean Baudrillard. Hetzelfde geldt voor identiteit. Het spanningsveld tussen echtheid en de houding die iemand aanneemt is al heel lang een onderwerp in studies naar identiteit en het zelf.

In plaats van te focussen op de vraag hoe digitale technologie ons allemaal tot ongeïnteresseerde, apathische, eenzame zombies maakt, zou het veel interessanter zijn om alle, ook de positieve, eigenschappen van digitale communicatie te bestuderen. Alhoewel ik niet veel voordelen van Klout kan bedenken. Klout is een digitaal platform dat socialemediastatistieken gebruikt om de

179



Charlene deGuzman, regie: Miles Crawford, 'I Forgot My Phone', 2013.

180



Moby & The Void Pacific Choir, animatie: Steve Cutts, *Are You Lost In The World Like Me?*, 2016.

online sociale invloed van gebruikers te berekenen en uit te drukken in een 'Klout Score', een getal tussen de een en honderd. Klout doet mij vooral denken aan *The Circle*, waarin het hoofdpersonage Mae de hele dag bezig is haar persoonlijke waarderingsscore zo hoog mogelijk te houden, en de aflevering van de serie *Black Mirror* getiteld 'Nosedive', waarin een jongedame in een dystopische samenleving wanhopig haar score op de sociale media probeert op te krikken, een score die doorslaggevend is voor zo ongeveer alles. Dit soort platforms kunnen een ongeken-

ingrijpende invloed hebben op ons begrip van de werkelijkheid en de wijze waarop we met identiteit omgaan. Dat wil alleen niet zeggen dat gekonkel om aandacht en succesvol overkomen volkomen nieuw zijn. Er mag wel iets minder dramatisch over worden gedaan. Kun je je voorstellen dat Plato zich volledig had laten leiden door

de dramatiek die heerste in zijn tijd en daardoor niets op papier zou hebben gezet? In de toekomst zullen mensen dat waarschijnlijk ook van ons denken: wat raar dat zij erover nadachten om helemaal offline te gaan.

De obsessie met authenticiteit heeft volgens Jurgenson haar oorsprong in een verlangen om het 'normale' en 'gezonde' te schetsen. Dit (on)gezondheidsperspectief heeft geleid tot de opvatting van digitale connectie als iets giftigs en besmettelijks, iets wat je moet bekenen, reguleren of waarvan iemand volledig moet afkicken. Het is volgens hem dan ook logisch dat de virale – en ontzettend saaie – YouTube-video 'I Forgot My Phone' gefocust is op de dame zonder telefoon, omringd door mensen die met hun telefoons bezig zijn. De telefoonloze vrouw wordt beschouwd als de wijze, gezonde mens die controle heeft over haar leven en vrij is om het échte leven écht te ervaren. Ze lijkt overigens wel veel eenzamer en minder gelukkig dan de mensen met mobiele telefoons, die volop met elkaar in verbinding zijn. Dit lijkt ook het geval met de tekenfiguur in de zwart-wit geanimeerde videoclip van Moby's *Are You Lost In The World Like Me?* Het is een deprimerend filmpje waarin we een kleine tekenfiguur met grote ogen eenzaam en verdrietig zien ronddwalen in een wereld vol gehypnotiseerde menselijke zombies, die allemaal zijn ondergedompeld in hun smartphones en hem niet zien staan en alle pogingen tot contact negeren. De videoclip schetst een wereld die gehersenspoeld is door media en technologie. Niemand heeft het door, op de eenzame offline romanticus na.

Offline romantici creëren met het offline-discours nieuwe taboes als het gaat om het beoordelen van wat natuurlijk, menselijk, echt, gezond en normaal is. Dat verklaart

volgens Jurgenson de overvloed aan bekentenissen over verslaving aan sociale media en internet, die tot in detail beschrijven hoe en wanneer iemand in- en uitlogt. Schrijver Baratunde Thurston ging 25 dagen offline, journalist Bram van Montfoort één jaar, net als technologiejournalist Paul Miller. De beweegredenen voor een offline-experiment komen altijd op hetzelfde neer: mijn leven wordt gedomineerd door het internet, mijn smartphone, tablet en laptop; ik word moe van alle informatie; ik kan me niet meer voorstellen hoe het leven was zonder internet, en: kan ik ontsnappen aan stress en een burn-out door offline te gaan? De offline-ervaringen worden natuurlijk, paradoxaal genoeg, online gedeeld. Miller schrijft over zijn beweegredenen:

In het begin van 2012 was ik 26 jaar oud en opgebrand. Ik wilde een pauze van het moderne leven – het hamsterwiel van de e-mail inbox, de constante stroom aan WWW-informatie waarin mijn geestelijke gezondheid verdronk. Ik wilde ontsnappen. Ik dacht dat het internet een onnatuurlijke staat zou zijn voor ons mensen of in ieder geval voor mij. Misschien was ik te ADD om ermee om te kunnen gaan of te impulsief om mijn gebruik binnen de perken te houden. Ik gebruikte het internet constant sinds mijn twaalfde en het voorziet in mijn levensonderhoud sinds mijn veertiende. Binnen een decennium veranderde ik van krantenjongen, web-ontwerper, naar technologie-schrijver. Ik kende mijzelf niet los van een alomtegenwoordige verbinding en eindeloze informatie. Ik vroeg me af wat er nog meer was in het leven.

Ondanks de goede bedoelingen geeft het offline-discours de valse hoop dat uitloggen de oplossing is. Dat we

opnieuw verbinding zullen maken met de echte werkelijkheid als we onszelf maar lang genoeg uit de buurt houden van het scherm en het virtuele weer verruilen voor het echte. Zo schrijft Miller over het begin van zijn offline avontuur: ‘Misschien wachtte het “echte leven” op mij aan de andere kant van de webbrowser. [...] Het leek er toen, in de eerste paar maanden, op dat mijn hypothese juist was. Het internet had me weggehouden van mijn ware zelf, de betere Paul. Ik had de stekker eruit getrokken en zag het licht.’¹⁶⁶ En Baratunde Thurston schrijft: ‘Mijn eerste week zonder sociale media was diep, gelukkig en persoonlijk sociaal. [...] Ik kocht een nieuwe bril en deelde mijn nieuwe gezicht met de echte mensen waarmee ik tijd doorbracht.’¹⁶⁷ In deze alomtegenwoordige retoriek wordt uitloggen gepositioneerd als het teruggeven van *echte* sociale interactie met je *echte* zelf en andere *echte* mensen: ‘De R in IRL.’¹⁶⁸ Het digitale wordt onterecht gezien als iets wat exclusief virtueel is. Dat komt doordat we geleerd hebben online te definiëren als tegengesteld aan offline of echt.

Sinds de introductie van computers en het internet wordt het digitale beschouwd als virtueel en immaterieel. Niet vreemd, want om nieuwe technologieën te begrijpen gebruiken we metaforen. ‘Virtueel’ is een logische metafoor voor het digitale, want het past perfect bij het onzichtbare karakter van digitale technologie en het internet. De digitale wereld is echter geen volslagen andere wereld dan de fysieke wereld. De mens is immers diegene die de digitale wereld heeft ontwikkeld en uiteindelijk bestaat alle technologie ook uit atomen, moleculen, protonen, neutronen en elektronen. Alles wat gebeurt op het scherm, gebeurt in dezelfde wereld waarin wij ons bevinden. Online en offline vormen één

geheel. Net zoals je je kunt onderdompelen in de virtuele wereld van een boek, kun je dat ook op het internet of in een videogame.

Digitaal dualisme beschrijft een denkwijze die de digitale en de fysieke wereld als losstaand van, of zelfs tegenovergesteld aan, elkaar beschouwd. Net als Jurgenson, die het begrip muntte, ben ik van mening dat een dualistisch onderscheid tussen een virtuele en reële wereld onzinnig is. Alles wat ons brein binnenkomt, of het nu digitaal of analoog is, draagt bij aan onze ervaring. In plaats van *virtual* en *real* spreekt Jurgenson liever van *augmented reality*,¹⁶⁹ een realiteit waarin atomen én bits zijn opgenomen: ‘We leven in een augmented reality die zich afspeelt op het kruispunt van materialiteit en informatie, lichamelijkeheid en digitaliteit, lichamen en technologie, atomen en bits, off- en online. Het is verkeerd om “IRL” te zeggen met de betekenis offline: *Facebook is namelijk “real life”*.’¹⁷⁰ Deze overkoepelende realiteit waarin online en offline elkaar continu beïnvloeden, noem ik de ‘virturealiteit’. Ondanks de goede bedoelingen versterken dit soort concepten echter het digitaal dualisme omdat ze het verschil benadrukken. De augmented reality van Jurgenson en mijn virturealiteit zijn dé realiteit. Er bestaat slechts één realiteit en die bevat zowel analoge als digitale elementen. Toch zijn verschillende woorden voor virtueel en reëel noodzakelijk om verschillende combinaties van informatie beter te kunnen begrijpen.

Sherry Turkle wordt door Jurgenson beschouwd als het opperhoofd van het digitaal dualisme. Volgens hem negeert Turkle in *Reclaiming Conversation* de meer multivalente en complexe relatie tussen het menselijke

sociale karakter en digitale connectie. In plaats van zich af te vragen hoe digitale verbondenheid onze gesprekken, communicatie of vriendschappen heeft veranderd, richt Turkle zich op dat wat we hebben verloren. Communicatie wordt altijd gemedieerd door tal van factoren, waaronder ruimte, lichamen en taal, en zo ook door het medium. Volgens Jurgenson beschouwt Turkle door het scherm gemedieerde communicatie te vaak als één vorm, waardoor de complexiteit van het altijd geaugmenteerde sociale karakter van de mens wordt gesimplificeerd. Daarnaast benadrukt zij heel vaak dat echte gesprekken, echte connecties en echte persoonlijkheid tot stand komen zonder het scherm. Jurgenson schrijft in ‘Fear of Screens’:

Haar digitaal dualisme is duidelijk wanneer zij beschrijft hoe we “technologie hebben gebruikt om een tweede, artificiële natuur te creëren”, of wanneer ze een “wereld van schermen”, bediscussieert, of wanneer ze “de aantrekkingskracht van de online wereld” betreurt die wegtrekt van de echte wereld van mensen. “We richten ons tot onze telefoons in plaats van elkaar,” zegt ze, alsof onze telefoons elkaar niet bevatten. Ze is bang dat we online “in de verleiding komen onszelf te presenteren zoals we zouden willen zijn”, alsof dit soort virtualiteit en zelfpresentatie niet altijd fundamenteel is geweest in de traditionele “echte” wereld van menselijke lichamen.¹⁷¹

Het lijkt misschien alsof Turkle opkomt voor de mensheid, het gesprek en empathie, eigenlijk houdt ze alleen maar een pleidooi voor geografische nabijheid. Het is de val van digitaal dualisme waar ze in trapt. Inmiddels

heeft het digitaal dualisme een prominente plek in onze taal gekregen. Jurgenson legt uit:

Telkens wanneer we zeggen “IRL”, “face-to-face”, of “persoonlijk” en we bedoelen daarmee communicatie zonder schermen, definiëren we wat “echt” is of wie een persoon is op basis van hun geografische nabijheid, in plaats van andere aspecten van nabijheid – variabelen zoals aandacht, empathie, invloed, erotiek, affectie, die allemaal vanaf een afstand kunnen worden ervaren. We zouden alle manieren waarop intimiteit, passie, liefde, vreugde, plezier, nabijheid, pijn, lijden, kwaad en alle diepgewortelde condities van het bestaan op het scherm bestaan niet conceptueel moeten uitsluiten of negeren. “Face to face” zou meer moeten betekenen dan het ademen van dezelfde lucht.¹⁷²

Digitale communicatie, mag duidelijk zijn, is volgens Jurgenson niet per definitie beter of slechter dan face-to-face communicatie tussen mensen in één ruimte. Natuurlijk kan geografische nabijheid belangrijk zijn als we iets dichtbij, persoonlijk of face-to-face noemen. Soms is het misschien zelfs de belangrijkste parameter, maar het mag volgens hem zeker niet de enige zijn. Nabijheid kan ook digitaal gemedieerd zijn, net als fysiekheid: ‘wat via het scherm gebeurt, gebeurt via onze lichamen en materiële infrastructuur’.¹⁷³ Als ik een WhatsApp-bericht ontvang van de jongen die ik leuk vind roept dat een reactie op in mijn lichaam. Stuurt hij iets grappigs, dan lach ik hardop – wat er trouwens wel een beetje raar uitziet in een volle trein. Een intiem WhatsApp-bericht of FaceTime-gesprek is fysiek, het vindt plaats via lichamen en beïnvloedt deze lichamen

aan hun wederzijdse kant van het scherm. Volgens Jurgenson zijn we ons tijdens het sms’en, whatsappen, sexten en facetimen ook bewust van de lichamelijkheid, omdat we via onze lichamen leren, beoordelen, gestimuleerd worden en spreken. ‘Deze door het scherm gemedieerde communicatie is face-to-face, persoonlijk, fysiek en dichtbij op zoveel belangrijke manieren, en slechts ver weg op één.’¹⁷⁴ Andersom geldt ook dat geografische nabijheid niet per definitie betekent dat ook aan andere kwaliteiten van nabijheid wordt voldaan. Je kunt weliswaar met iemand in dezelfde ruimte zitten, maar dat hoeft niet te zeggen dat je iemand hoort of überhaupt luistert.

We moeten af van het onderscheid tussen echt en virtueel, vindt ook socioloog Albert Benschop, want ‘als mensen netwerken als echt definiëren, zijn ze echt in hun consequenties’.¹⁷⁵ Dit klinkt misschien als een groundbrekende uitspraak, dat is het niet. Het is een directe verwijzing naar het Thomas-theorema, een fundamenteel begrip uit de sociologie dat stelt dat wanneer mensen situaties als werkelijk definiëren, deze situaties werkelijke gevolgen hebben. Vervang het woord ‘netwerken’ door het woord ‘situaties’ en je hebt het beroemde citaat van socioloog William Thomas waaruit het Thomas-theorema is afgeleid. In *Wasting Time on the Internet* geeft Kenneth Goldsmith een mooi voorbeeld ter promotie van het stoppen met het maken van een onderscheid tussen echt en virtueel. Hij beschrijft een jongen die via zijn telefoon een chat-gesprek heeft terwijl hij zich in een gezelschap bevindt op een terras met een uitzicht en er opeens een schitterende maan opkomt tegen een donkere, met sterren bedolven hemel. Iedereen kijkt ademloos naar het natuurfenomeen,

behalve de jongen. De anderen kunnen niet geloven dat de jongen zo in beslag is genomen door zijn telefoon in plaats van door het natuurfenomeen dat zich IRL, voor hun ogen, afspeelt. Uiteindelijk roept iemand hem en de jongen reageert: 'De maan kan ik altijd zien maar dit is het enige moment waarop ik dit gesprek kan voeren.'¹⁷⁶ Waarom wordt kijken naar de maan als meer aanwezig bevonden dan kijken naar je telefoon, vraagt Goldsmith zich af. Een specifiek sms-gesprek vindt maar één keer plaats, de meeste natuurfenomenen veel vaker.

Het scepticisme met betrekking tot de digitale wereld, zoals geuit door critici en de offline romantici, heeft geleid tot een obsessie met offline zijn. Een bijzonder natuurfenomeen, een wandeling in je eentje, een vakantiehuisje zonder wifi, face-to-face gesprekken met vrienden en zelfs verveling waarderen we meer dan ooit, zegt ook Jurgenson:

Niets heeft meer bijgedragen aan onze collectieve waardering voor uitgelogd en niet-verbonden zijn dan de technologieën die ons verbinden. Het gemak van digitale afleiding heeft ons geleerd om met een nieuwe intensiteit eenzaamheid waarderen. [...] nog nooit hebben we alleen zijn, introspectie en het niet-verbonden zijn met informatie meer gekoesterd dan we nu doen. Nooit heeft onverbondenheid – ook al is het maar voor een moment – zo diepzinnig gevoeld.¹⁷⁷

De nostalgische obsessie met het analoge, met vintage en retro heeft hier volgens hem ook alles mee te maken. De waardering voor offline en analoog lijkt een punt te hebben bereikt waarop we trots zijn op onszelf als we

even niet online zijn. Terwijl mijn SelfControl-app mij de hele dag van Facebook afhoudt, bazuin ik vol trots rond dat ik met succes aan het afkicken ben. Ook lijken we de momenten die we voor onszelf houden en niet delen op sociale media belangrijker en bijzonderder gaan vinden. Dit moet natuurlijk op zijn beurt wel gedeeld worden op Facebook. Een vriendin tagde haar vriend bij het bericht: 'BEWEZEN: gelukkige koppels posten weinig over hun relatie op sociale media'. Mijn nieuwsgierigheid wint, ik ben benieuwd naar het verband tussen sociale media en een gelukkige liefdesrelatie. Het artikel geeft de volgende redenen dat de twee met elkaar te maken zouden hebben: 1. Wie gelukkig is in zijn relatie, heeft geen bevestiging nodig; 2. Gelukkige koppels hoeven zich niet te bewijzen; 3. Wie minder op sociale media post, is gelukkiger; en tot slot 4. Op momenten van écht geluk, vergeten we foto's te maken. Het artikel lijkt zijn oorsprong te hebben op de Belgische website van tijdschrift *Flair*. De bron die wordt vermeld is *Blendle*. Ik ga naar *Blendle*, zoek op alle mogelijke zoektermen maar kan het artikel waarop dit stuk gebaseerd zou zijn niet vinden. Andere online tijdschriften en blogs namen het artikel klakkeloos over. Is het klinkklare onzin? Ik denk niet dat we alleen iets delen op sociale media om bevestiging te zoeken of onszelf te bewijzen. Ik ben ook weleens heel gelukkig wanneer ik een foto maak. Hoe geluk verbonden is aan het aantal socialemediaberichten dat iemand plaatst? Geen idee. Misschien is het artikel wel geschreven door iemand die stiekem zoekt naar bevestiging van haar liefdesleven dat zich enkel offline afspeelt. Misschien verlangt de auteur van dit artikel dat haar vriend wat vaker een foto van hun tweeën deelt, en probeert ze zo haar persoonlijk verlangen te verdoezelen. We zullen het nooit weten.

Volgens Jurgenson genieten we ervan onszelf schouderklopjes te geven door te laten zien hoeveel we niet op Facebook en andere sociale media zitten: 'We feliciteren onszelf wanneer we onze telefoons in onze zakken houden en fetisjeren offline als iets echters om nostalgisch over te zijn.'¹⁷⁸ Volledig uitloggen zullen we nooit, maar dat betekent niet per definitie het verlies van diepgaande gesprekken, van het langzame en het analoge, introspectie, lange wandelingen en subtiële waardering van het leven zonder beeldschermen. We waarderen deze zaken meer dan ooit tevoren. Maar, aldus Jurgenson, 'Laten we niet doen alsof we onderdeel zijn van een speciale elite met toegang tot het pure offline leven, waardoor het echte in een fetisj verandert en we anderen beschouwen als een beetje minder echt en een beetje minder mens.'¹⁷⁹

4.2

Online is een luxe

Net als water en lucht is wifi voor ons een vanzelfsprekendheid geworden. We zijn gewend 24/7 toegang tot het internet te hebben. Alleen wanneer de wifi wegvalt, zijn we ons bewust van deze luxe. Het eerste wat ik doe als ik in het buitenland ben is zoeken naar wifi. Even word ik eraan herinnerd hoe het was om bereikbaarheid te moeten organiseren, zoals het moet hebben gevoeld in 1994. Heb ik eenmaal internet gevonden, dan voel ik me weer goed. Plekken zonder wifi worden steeds schaarser, zelfs in het vliegtuig ben je niet meer onbereikbaar. De overvloed doet ons soms ernaar verlangen offline te zijn, en dus is onbereikbaarheid het volgende

dat georganiseerd moet worden. We hebben een paradoxale liefdesverhouding met connectiviteit: we kunnen niet met en niet zonder. Ook ik geef mezelf schouderklopjes als ik mijn internetgebruik heb weten te beperken. Wandelend door de Hoge Atlas in Marokko, weg van de bewoonde wereld en zonder internetbereik, was ik continu bezig met hoe fijn ik het vond om weer eens écht helemaal offline en onbereikbaar te zijn. Ook Koert van Mensvoort is ervan overtuigd dat wandelen in een natuurgebied met netwerken anders voelt dan zonder. Volgens hem is het gevoel vergelijkbaar met het lopen door een bos met of zonder wandelpaden. De spanning en het genot om helemaal op jezelf of op elkaar teruggevoerd te zijn.¹⁸⁰ De gids die mij door het gebergte navi-

181



Nokia 207 of 208 vastgebonden aan een reling in Chamharouch, Marokko, 2015.

geerde en bij aankomst in het bergdorpje Chamharouch zijn Nokia vastbond aan een houten reling, illustreerde dat onbereikbaarheid niet voor iedereen de nieuwste luxe is. Ik moest lachen om het contrast en nam een foto. Later realiseerde ik me dat er eigenlijk niet zoveel te lachen valt.

Door de vanzelfsprekendheid waarmee wij verbonden zijn met het internet kunnen we vergeten dat dit nog lang niet overal het geval is. Op het moment dat ik dit schrijf zou 51% van de wereldbevolking toegang hebben tot het internet.¹⁸¹ Net iets meer dan de helft. Jeroen van Loon onderzoekt deze digitale verdeeldheid met het participatiekunstproject *Life Needs Internet*. Op de gelijknamige website wordt digitale cultuur gedocumenteerd door

middel van handgeschreven brieven. Meedoen is makkelijk, het enige dat je hoeft te doen is antwoord te geven op de vraag: 'Hoe beïnvloedt het internet jouw leven?' Voorwaarde is wel dat je in je eigen, analoge handschrift antwoordt en dit vervolgens per post (of e-mail) opstuurt naar Van Loon, die alle brieven verzamelt, vertaalt naar het Engels en ze uploadt op de website. Het resultaat is een multicultureel, internationaal document over het internet. Tevens is het een archief van het – misschien wel verdwijnende? – handschrift.

Hoe er over de invloed van het internet wordt gedacht verschilt per cultuur, generatie, land, stad en persoon. Ghinwa uit Libanon schrijft: 'Ik kreeg de iPhone cadeau voor mijn verjaardag. Het is zeker een tweesnijdend zwaard. Soms zou ik willen dat ik het niet had gekregen.'¹⁸² Er is een enorm contrast met het citaat van Alloysius uit Ghana: 'Computers en internet hebben mij een gevoel van emancipatie en kansen gegeven.'¹⁸³ Een vriendin vertelde me dat zij, net als Ghinwa en de iPhone, niet zonder Facebook kan, maar soms wel zou willen dat het niet zou bestaan. Ga je offline, dan sluit je jezelf buiten, mis je evenementen, uitnodigingen, verjaardagen, geboortes en een heleboel onzinnige en vermakelijke berichten. We klagen over sociale media vanwege de sociale druk en blijven besluiteloos rondhangen, half ingelogd in de participatiemaatschappij, verwijderen onze accounts als de sociale druk van Facebook, Twitter of Instagram echt te hoog wordt – en komen weer terug omdat we toch te veel missen.¹⁸⁴ En dat terwijl betaalbaar en vrij toegankelijk internet voor bijna de helft van de wereldbevolking nog geen vanzelfsprekendheid is. Zoeken naar signalen en netwerken, het organiseren van bereikbaarheid, is voor hen aan de orde van de dag.

In de *Tegenlicht*-documentaire *Offline als Luxe* uit 2016 (waarbij ook korte videofragmenten horen in de *White Spots*-app, die speciaal ontwikkeld is voor de documentaire), wordt de digitale verdeeldheid in de wereld heel erg duidelijk. De documentaire toont uiteenlopende situaties en deelt gedachten en ideeën uit verschillende regionen gerelateerd aan digitale verbondenheid. Naast een kijkje in 'Camp Grounded' zien we verschillende voorbeelden van mensen die offline willen of zich gedwongen voelen om zich af te sluiten van de digitale wereld. Zo is er een vrouw die hooggevoelig is voor elektromagnetische straling. Ze woont in een grot in Frankrijk om aan de alomtegenwoordige straling te ontsnappen en ziet zichzelf als vluchteling voor het digitale regime. Ze kan niet terug naar Parijs waar het leven voor haar ondraaglijk is geworden.

182



Jeroen van Loon, *Life Needs Internet*, 2014 – heden.

Ook spreekt *Tegenlicht* met kunstenaar Julien Thomas, de oprichter van Faraday Café, een pop-up café in Vancouver waar je koffie drinkt zonder wifi en telefoonsignalen. Hij gelooft dat privacy het nieuwe privilege wordt. Daarom kun je, aldus Thomas, in het Faraday Café gesprekken voeren zonder dat Google weet waar je bent. Dat is natuurlijk de grootste onzin, want Google weet altijd waar je bent (tenzij je zonder telefoon geteleporteerd wordt vanuit het ene wifivrije café naar het andere wifivrije café). Jezelf digitaal terugtrekken in het post-Snowden tijdperk klinkt misschien voor sommigen als muziek in de oren, maar het is naïef om te denken dat Google je niet kan vinden. Volgens Florian Cramer getuigt de wens zelfs van een naïeve positie aangezien we leven in een tijdperk waarin onze primaire levensbehoeften afhankelijk zijn van wereldwijde computergestuurde logistiek, en geheime diensten, zoals de NSA, ook papieren post onderscheppen.¹⁸⁵

Tegenlicht neemt ook een kijkje in een internetverslavingskliniek in Daxing, China, waar jongeren in een aantal maanden afkicken van hun gameverslaving. In 2008 werd in China internetverslaving erkend als klinische stoornis die een grote bedreiging vormt voor de gezondheid. Dr. Tao Ran vergelijkt de kinderen met heroïneverslaafden. Het internet noemt hij *electronic heroin*. De kliniek lijkt mij verre van de fijnste plek op aarde, maar hij schijnt wel effectief te zijn. Er wordt ook een bezoek gebracht aan een Amish-gemeenschap in de Verenigde Staten, die nieuwe technologie al eeuwenlang heel zorgvuldig, na rijk beraad en alleen op hun eigen strenge voorwaarden mondjesmaat toelaat. In het Zwarte Woud in Duitsland brengt de documentaire een hotel in beeld dat enkel en alleen voor de elite te betalen is.

183



Marcha Schagen en Leon Baauw, Project KOVR: The Anti-Surveillance Coat.

184



185



Directeur van Holland Shielding, Jan van Tienhoven met een antenne in een echovrije meetruimte waar de straling of gevoeligheid van apparaten wordt gemeten. Still uit *Offline als luxe*, 2016, VPRO *Tegenlicht*, regie: Bregtje van der Haak.

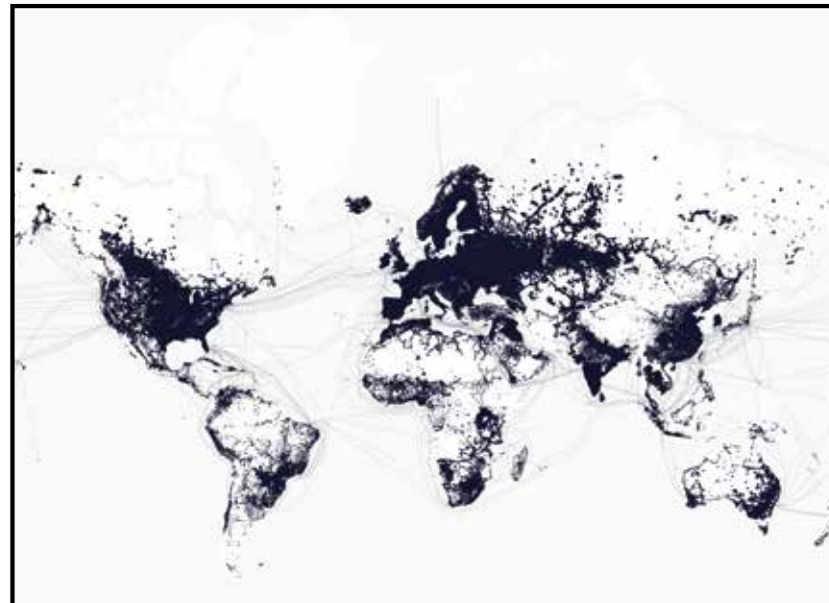
In deze luxe digital detox-spa worden telefoonsignalen geblokkeerd door koperen platen en met grafiet behangen muren. Je kan er nog wel handmatig wifi inschakelen: het hotel is dus niet geschikt voor hen met een gebrek aan zelfdiscipline. Project KOVR (Marcha Schagen en Leon Baauw) maakt modieuze kleding die beschermt tegen de mogelijke bedrei-

gingen van de informatiesfeer. De kleding blokkeert alle inkomende en uitgaande signalen en beschermt tegen radiogolven en -straling. De ontwerpers noemen het 'Een draagbare tegenbeweging. Opvallen door onzichtbaar te willen zijn.'¹⁸⁶ De kleding beschermt ook je menselijkheid, aldus de slogan: 'Blijf menselijk in een door informatie gedreven omgeving.'¹⁸⁷ Ben je minder mens zonder privacy? Ze mogen misschien knettergek zijn, maar de mensen die meedoen aan televisieprogramma's waarin alle privacy verdwenen is en zij alles moeten delen met alle huiskamers van Nederland zijn nog steeds mens, toch? In ieder geval zou ik de kleding van

project KOVR wel dragen, in tegenstelling tot de kleding van Holland Shielding Systems BV. Het bedrijf produceert al jaren materialen en producten die beschermen tegen elektromagnetische straling: van Faradaytenten en beschermhoezen voor je paspoort of pinpas met RFID-chip, tot volledig lichaamsbedekkende kleding. De vraag neemt – hoe kan het ook anders – al een aantal jaren toe.

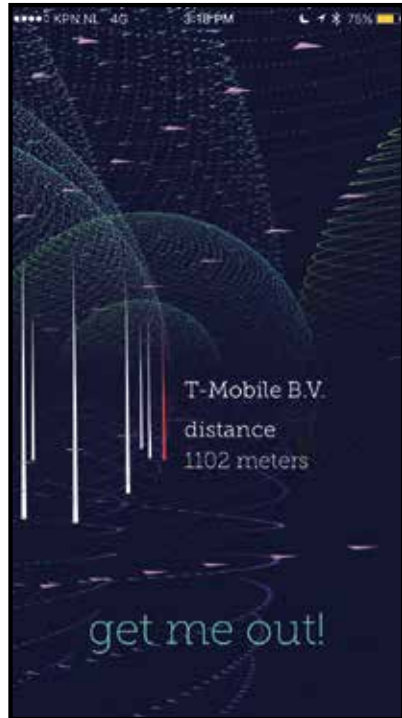
Centraal in *Offline als luxe* staat de door ontwerper en programmeur Richard Vijgen ontwikkelde *White Spots*-app. Het is een app die de onzichtbare elektromagnetische cloud waarin we leven zichtbaar maakt. *White Spots* toont in 360 graden de digitale signalen om jou heen, die in real time worden uitgezonden door zendmasten. Als ik om me heen kijk met de app zie ik dat alle signalen in mijn omgeving worden uitgezonden door T-Mobile, KPN en Vodafone. *White Spots* geeft niet alleen inzicht in de hoeveelheid netwerken er wel niet zijn, de app maakt ook de machtsstructuur van de infosfeer zichtbaar.

White Spots heeft ook een interactieve wereldkaart waarop de digitale verdeeldheid in de wereld duidelijk zichtbaar is. De donkere gebieden op de kaart vertegenwoordigen digitale bereikbaarheid, wit duidt de gebieden aan die onbereikbaar zijn voor digitale communicatie. Verspreid over de wereldkaart bevinden zich video's en foto's met verhalen gerelateerd aan digitale connectie. *White Spots* heeft ook een 'take me out'-functie waarmee je naar de dichtstbijzijnde *white spot* kunt navigeren, om offline te gaan. Op het moment dat ik dit schrijf is de dichtstbijzijnde white spot 51 kilometer van mij verwijderd, hij bevindt zich aan de oever van een rivier ergens in natuurgebied de Biesbosch. Het is waarschijnlijk maar



Richard Vijgen, *White Spots Map*, 2016.
Coverage data: © 2015 Mosaik Solutions, LLC.

een heel klein gebied en de plek lijkt bovendien in de satellietmodus van Google Maps niet heel makkelijk bereikbaar. Zoals Vijgen zegt in een interview voor *de Volkskrant*: 'In Nederland zijn de white spots, plekken waar dus geen enkele provider actief is, schaars. Alleen een klein stukje Veluwe van honderd meter en wat stukjes langs de Duitse grens zijn nog niet verbonden. Voor de rest zie je een duidelijke scheiding tussen het Noordelijk en het Zuidelijk halfrond. Connectiviteit volgt de politiek van de economie en of er dekking is, hangt samen met machtsstructuren.'¹⁸⁸



Richard Vijgen, *White Spots App*, 2016.

De zoektocht naar onbereikbaarheid staat in *Offline als luxe* in sterk contrast met de zoektocht naar bereikbaarheid van een groot deel van de wereldbevolking. Voor hen is offline de standaard en online een luxe. In een van de filmpjes in de *White Spots*-app moet een man in Burkina Faso vanaf de lokale zonnepaneel-oplaad-winkel drie kilometer fietsen naar een heuvel en vervolgens in een boom klimmen om daar te wachten tot er een signaalstreepje verschijnt op zijn telefoon. De heuvel is een populaire *black spot* geworden in de omgeving. Helaas is er ook op de heuvel niet altijd bereik en moet de lokale bevolking vijftien kilometer reizen naar de dichtstbijzijnde stad om een telefoontje te plegen. Maar ook



dichter bij huis is bereikbaarheid niet altijd vanzelfsprekend. In Oekraïne zien we een man zijn telefoon vanaf



'Climbing Tree to Make a Call Djenhago', *White Spots App*, 2016.

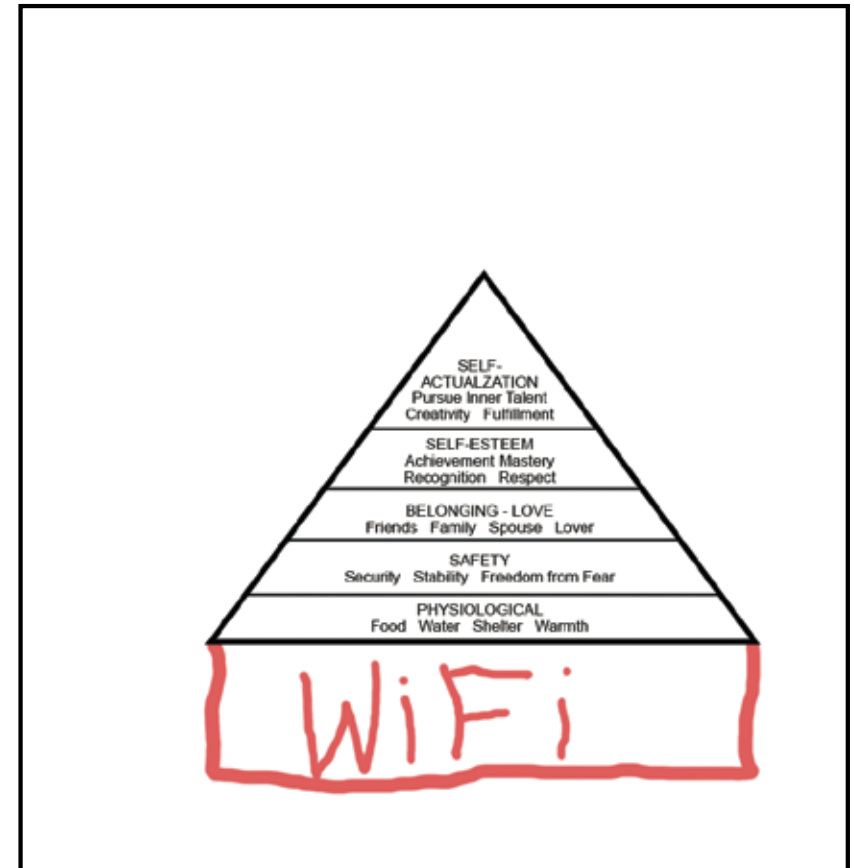
een specifieke plek in een weiland zo hoog mogelijk de lucht ingooien om nieuwe berichten te kunnen ontvangen. En ook in Aguas Candidas, een dorpje in Spanje, is vrijwel geen telefoonsignaal te ontdekken. Vaste telefonie is er kennelijk

ook een probleem want de vaste lijn van de burgemeester draait overuren. Midden op een weg hebben de bewoners een markering aangebracht waar je, als je geluk hebt, en tot er een auto aan komt, kunt bellen met je mobiele telefoon. Zowel in Oekraïne als in Spanje wordt er vanuit de politiek geen actie ondernomen.

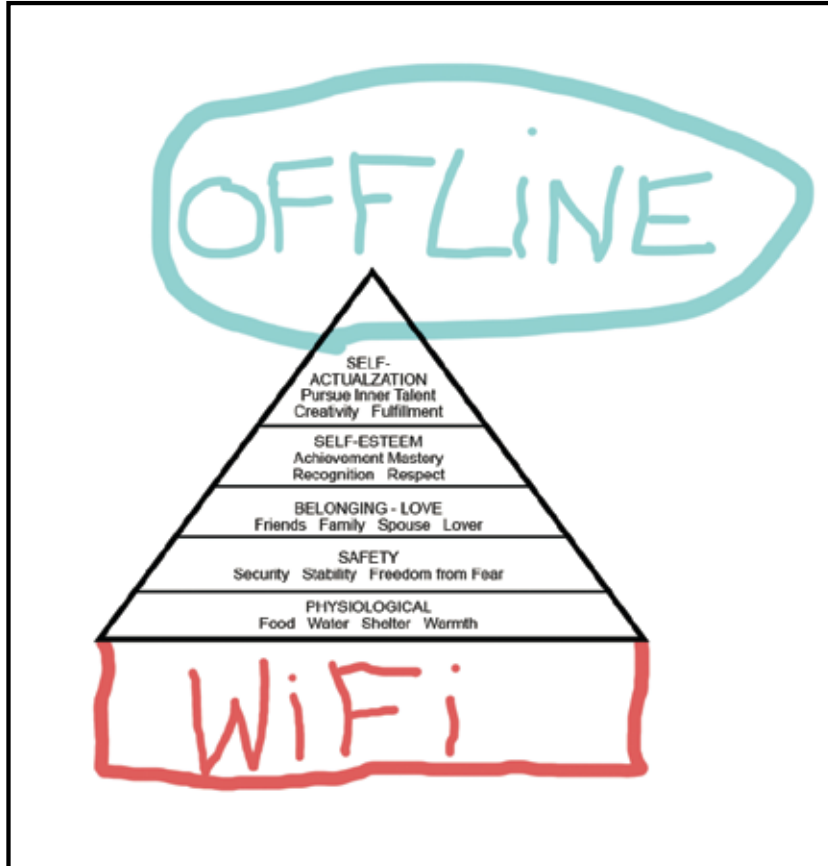
Sri Lanka is daarentegen van plan om met Google Loon heel het land te voorzien van gratis wifi, door middel van wifi-ballonnen in de stratosfeer. Een prachtig project, waar iedereen om staat te springen. Tegelijkertijd is het de vraag in hoeverre de Sri Lankaanse overheid en bevolking verblind zijn door liefde voor het internet en de verborgen agenda van Google Loon voor lief nemen. Hoe die geheime agenda er precies uit ziet? Dat weet ik natuurlijk niet. Wat wel bekend is, is dat zowel Google als Facebook beursgenoteerde multinationals zijn die handelen in het belang van hun aandeelhouders. Dit doen ze natuurlijk door hun winst te maximaliseren. Het verdienmodel van zowel Google als Facebook draait volledig om het verzamelen, analyseren en verkopen van data. Onze data. Jouw data. Mijn data. 'Data is het nieuwe olie', zoals Andrew Keen doeltreffend zegt.¹⁸⁹

Digitaal activist Aral Balkan noemt de manier waarop Google en Facebook omgaan met data ‘virtuele slavernij’,¹⁹⁰ een vergelijking die vaker wordt gemaakt. Mark Zuckerberg is beschuldigd voor het handelen als een digitaal kolonialist door het maskeren van de motieven achter Free Basics, een gratis gelimiteerde internet-service van Facebook voor derdewereldlanden. Filantroop Zuckerberg wil met het overkoepelende project internet.org heel de wereldbevolking aansluiten op het internet. Met Free Basics verstrekt Facebook toegang tot ‘het internet’. Dit is echter niet het internet zoals we dat in Nederland kennen, maar het internet van Facebook: slechts een klein gedeelte van alle websites en diensten is daadwerkelijk gratis beschikbaar waarmee Facebook bepaalt wat iemand te zien krijgt. Daarnaast verzamelt het natuurlijk allerlei waardevolle data – wat vast vermeld zal zijn in de terms and conditions, maar die worden vrijwel nooit gelezen. Free Basics mogen we geen internet noemen, een baksteen is ook geen huis.

De titel *Offline als luxe* doet geen recht aan de digitale verdeeldheid die in de documentaire wordt geschetst. Ik vraag me af of de man uit Burkina Faso de westerse filmpjes heeft gezien. Wat zou hij daarvan vinden? De video’s uit de onbereikbare gebieden maken duidelijk dat offline geen luxe is. Online is een primaire levensbehoefte. Tegelijkertijd is in de altijd verbonden wereld online duidelijk het nieuwste luxeprobleem. De ongelijke verdeeldheid in de wereld wil niet zeggen dat onze ‘problemen’ er niet toe doen; luxeproblemen zijn ook problemen. Maar we moeten ons er wel van bewust zijn dat online een luxeprobleem is, en offline het nieuwste consumentengoed.



‘Maslow 2.0’, internetmeme.

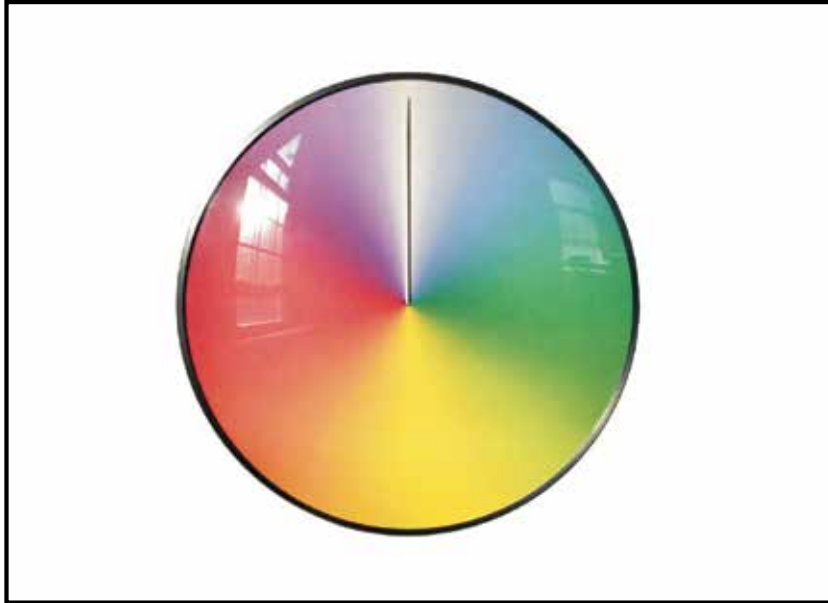


'Maslow 3.0.', Nadine Roestenburg.

4.3 Techno-bewust

In het tijdperk waarin online het nieuwste luxeprobleem is, zijn er genoeg zelfhulpboeken die beloven om je samen met je nieuwste luxeprobleem uit te laten blinken in de snelle digitale samenleving. Loop een willekeurige boekenwinkel binnen en je ziet er titels als: *Leven zonder smartphonestress*; *Deep Work*; *The 4 Hour Workweek*; *Getting Things Done*; *Net Smart, How to Thrive Online*; *Nooit meer te druk*; *The Digital Diet*; *18 Minutes: Find Your Focus, Master Distraction, and Get the Right Things Done*; *How to Thrive in the Digital Age*; *The Information Diet*.

Er zijn ook praktische oplossingen zoals 'Bullet Journal': een systeem met (kostbare) analoge boekjes dat je helpt prioriteiten te stellen. Want met een app kun je één miljoen taken verzinnen en ze allemaal negeren, de analoge Bullet Journal dwingt je om pas op de plaats te maken. In een interview met *NRC Handelsblad* zegt Ryder Carroll, bedenker van het werksysteem dat viraal ging: 'Dingen op papier zetten is een proces dat we al duizenden jaren hanteren. Het heeft een effect dat apps gewoon nog niet kunnen dupliceren.'¹⁹¹ Een ander, niet zo praktisch maar wel mooi voorbeeld is *Today*: een klok zonder cijfers waarvan de wijzer slechts één keer per 24 uur ronddraait. Het is de opvolger van *The Present*, een klok waarvan de wijzer slechts één rotatie per jaar maakt. De klok laat je leven in het 'nu' en helpt je het rustiger aan te doen. De kleuren zouden corresponderen met de seizoenen, hoewel ik de klok vooral associeer met de ronddraaiende strandbal die ik zie wanneer mijn MacBook vastloopt. Absoluut géén rustgevende associatie.



Scott Thrift, *ThePresent™ Clock*.

Geert Lovink benadrukt in *Social Media Abyss* dat het publieke debat over sociale media verschuift van discussies en studies over bijwerkingen (zoals eenzaamheid, domheid en veranderingen in de hersenen) naar ethische designkwesties die zich richten op de vraag hoe we onze drukke levens moeten organiseren. Volgens hem hebben we inmiddels wel genoeg tips gekregen over hoe we tijd kunnen besparen door het niet gebruiken van onze smartphones. Europese internettheoretici (waaronder hijzelf) pleiten voor een belichaamde benadering die nodig is om niet in een simpele, naïeve vlucht van offline romanticisme te vervallen. Want offline romanticisme als levenswijze is niet de oplossing. Paul Miller is daar het levende bewijs van. Na een jaar offline te zijn geweest kwam hij tot de ontdekking dat digitale geheelonthouding hem niet echter maakte dan hij altijd

al was geweest. En ondanks zijn doorzettingsvermogen kon Miller niet aan de snelheid van het internet ontsnappen. Hij ondervond dat online en offline sterk met elkaar samenhangen en hij realiseerde zich dat je nooit helemaal verbonden of afgesloten bent, maar altijd allebei. De samenvatting van zijn offline avontuur: 'De meeste dingen die ik leerde kunnen in feite gerealiseerd worden met of zonder internetverbinding – je hoeft niet een jaar lang offline te gaan om te realiseren dat je zus gevoelens heeft.'¹⁹² Disconnectie van je smartphone en sociale media is geen volledige disconnectie: de logica van sociale media volgt ons ook wanneer we uitgelogd en offline zijn.

Offline vluchten voor de druk van het online leven heeft dus geen zin. Het kan misschien wel bijdragen aan bewustwording, maar tegelijkertijd ook naïviteit versterken. Wat we wel kunnen doen is onze relatie met digitale technologie veranderen en bepalen hoe we die technologieën willen vormgeven, net als de mens dat al veel vaker heeft gedaan in de geschiedenis. De eerste stap is dan om te bepalen wat we allemaal zouden willen aanpassen. En daar kunnen we beter niet te lang mee wachten, want digitale technologie wordt letterlijk en figuurlijk meer en meer onzichtbaar. Lovink schrijft: 'Techno-apparaten zijn zo klein geworden, zo vertrouwd en zo intiem dat we niet langer afstand van ze kunnen nemen, en daarom hebben we zoveel moeite om kritisch te reflecteren op hun invloed.'¹⁹³ Ik heb het vaak niet eens door dat ik ergens een foto van neem en die vervolgens als in een reflex, zonder erbij stil te staan, upload op Facebook of Instagram. Iedere ochtend is het eerste wat ik doe mijn telefoon uit de oplader trekken, ook daar denk ik echt niet meer bij na. Deze handelingen zijn zo

diep ingebed in mijn leven dat ik het medium niet meer opmerk. De metafoer van Marshall McLuhan, die media als extensies van de mens¹⁹⁴ beschouwde, geldt daarom volgens Lovink niet meer. Media zijn niet langer extensies van de mens. De mens heeft media volledig in zich opgenomen. Hierdoor is het digitale terechtgekomen in het onbewuste. Als gevolg van de complexiteit van de ondoordringbare, onbegrijpelijke en onzichtbare technologie ligt onverschilligheid, een vorm van anti-techniciteit, op de loer.¹⁹⁵ Lovinks grootste angst is dan ook ‘het nieuwe techno-onbewuste’: een atmosfeer in de samenleving waarin we de technologieën om ons heen niet meer zien, waarin we ze vergeten omdat we er zo aan gewend zijn, of omdat we niet eens weten dat ze er zijn.¹⁹⁶

In *Reclaiming Conversation* roept Turkle op tot een concrete vorm van verzet: mindfulness online, inclusief periodieke digitale onthouding. Turkle adviseert niet om volledig afstand te nemen van smartphones en sociale media, zelfs volgens haar zijn digital detoxes geen structurele oplossing maar eerder een noodoplossing. We hoeven onze telefoons niet weg te gooien maar moeten ze met een betere intentie gebruiken. We moeten volgens haar aandachtig worden en een balans vinden in onze digitale verbondenheid zodat we een meer zelfbewuste relatie met onze apparaten kunnen ontwikkelen. Hoewel mindfulness online overkomt als een zinnige middenweg, draagt het volgens Jurgenson bij aan het hyper-aanwezig maken van digitale verbondenheid. Volgens hem kunnen we onze smartphones ook op een andere manier gebruiken en een benadering volgen die niet oproept tot een misleidend bewustzijn waarin technologie als iets giftigs wordt beschouwd:

Wees niet onbeleefd naar anderen, met of zonder je telefoon. Wees jezelf bewust van mensen in plaats van schermen. Focus minder op je relatie tot je apparaat en meer op je relatie tot mensen. Dit houdt ook in dat je niet het gevoel hebt recht te hebben op iemands aandacht alleen omdat iemand geografisch dichtbij is. En in het bijzonder houdt het in dat je onthouding van je telefoon niet gebruikt als bewijs van jouw superioriteit en de minderwaardigheid van anderen.¹⁹⁷

Met deze uitspraak beschouwt Jurgenson technologie misschien niet als giftig, hij kan niet ontsnappen aan het digitaal dualisme dat hij bekritiseert – let op de vergelijking tussen *mensen* en *schermen*. Wat hij bedoelt is dat we ons bewust moeten zijn van mensen, of ze nu voor je staan of zich aan de andere kant van het scherm bevinden; in plaats van te focussen op de aanwezigheid van een scherm.

Net als Turkle vindt ook Lovink dat er in het altijd veranderende medialandschap een continue inspanning nodig is om een kritisch begrip op te bouwen en te behouden van alle verborgen ideologieën in de software, interfaces en platforms die het techno-onbewuste voeden. In een recensie uit 2002 schreef hij – met een helderziende blik:

Een oproep voor een terugkeer naar de “werkelijkheid” is enkel nostalgisch en maakt zichzelf irrelevant, omdat het wegkijkt van de huidige strijd over de toekomst van de wereldwijde netwerkarchitectuur. Wat nodig is, is een radicale democratisering van de mediasfeer. Er is geen realiteit achter het virtuele [...] Het internet is inmiddels een onzichtbaar onderdeel van het dagelijks leven geworden, vergelijkbaar met

de stofzuiger. Zoals Manuel Castells in *The Internet Galaxy* uitlicht, er is geen terugkeer mogelijk naar een tijdperk voor de netwerksamenleving: het netwerk is de boodschap.¹⁹⁸

Er is daarom volgens Lovink een sterke behoefte aan het vormgeven van dagelijkse rituelen van netwerksoevereiniteit. Deze behoefte is niet vervuld op het moment dat we ons Facebookaccount deleten of wifi uitschakelen. De logica van netwerken en digitale media beïnvloedt ons immers ook als we offline zijn. Lovink gelooft niet in informatie-obesitas of information overload; dat zijn gevoelens die we ervaren wanneer we niet bewust informatie consumeren. Volgens hem biedt het downloaden van apps als StayFocusd of Freedom de mogelijkheid om meer bewust om te gaan met informatie, maar lossen we het probleem niet op door meer en meer apps te installeren. 'Wat we moeten overwinnen is niet de technologie zelf, maar geïnstalleerde gewoonten, in het bijzonder die gerelateerd aan tijdrovende, populaire applicaties.'¹⁹⁹ Wilskracht om de aandachtsspanne te verhogen kan getraind worden, zelfbeheersing en andere socialemediawijsheid kunnen worden aangeleerd. Maar dan moet dat wel onderwezen worden, we worden er immers niet mee geboren. Net als alles wat je traint, moeten we volgens Lovink aan onze mediagewoonten blijven werken, om niet terug te vallen in eerdere modi van paniek en onverschilligheid. Volgens hem moeten we stoppen met eindeloos browsen, surfen en zoeken (hij noemt dit nostalgisch jaren negentig-gedrag), want wanneer de routine betekenisloos wordt kunnen we verveling en technologie niet meer van elkaar scheiden. Als je voor de zoveelste keer in een lift staat of terwijl je wacht op een trein doelloos op je iPhone

aan het scrollen bent, is dat volgens Lovink het moment waarop je passionele vormen moet bedenken om je los te maken van de digitale wereld: '*We need vital memes for tomorrow to survive. Bring them on. No retro. We're longing for them: never-seen weirdness that explores the unknown*'.²⁰⁰

Lovink verwijst onder andere naar mediacriticus Howard Rheingold. In plaats van ons te laten leiden door de stroom aan statusupdates pleit hij voor het creëren van een mentale afstand tot het digitale domein. Rheingold ziet net als Turkle mindfulness als dé oplossing. Hij vindt zelfs dat mindfulness standaard onderwezen moet worden zodat iedereen doelbewust met media leert omgaan om zo de '*crisis of attention*' aan te pakken. Rheingold klinkt als de stem in mijn mindfulness-app die mij leert om afstand tot mijn gedachten te creëren, wanneer hij zegt: 'Net als meditatie, begint mindful gebruik van sociale media ermee dat je het opmerkt als je aandacht begint af te dwalen, om hem vervolgens met zachte hand opnieuw te laten focussen op je hoogste prioriteit'.²⁰¹

Naast mindfulness heeft Rheingold nog andere *tips and tricks* om te gedijen op internet en controle te hebben over digitale technologie. Volgens hem moeten we onze gewoonten synchroniseren met onze informatiemiddelen zodat we informatie makkelijk en snel weten te vinden en kunnen beheren. In mijn geval zou het geen kwaad kunnen als ik mijn harde schijf eens goed zou opruimen. Want ook al ligt data niet in de weg zoals rommel in je huis dat wel doet, kan het wel degelijk een onoverzichtelijke bende worden. Opruimen is nooit mijn sterkste kant geweest. Alle werkbestanden van dit boek zijn

opgeslagen in drie mappen op Dropbox: 'BOEK', 'BOEK 2017' en 'BOEK FINAL'. Onder de map 'BOEK' zit een map 'Boek 2', daar zit een map 'EDITS' in en een map 'FINAL'. In de map 'FINAL' zit een map 'FINAL EDITS' met een map 'FINAL FINAL EDITS'. In al deze mappen zitten verschillende Word-documenten. In 'BOEK 2017' zit slechts één map met Word-documenten verstoppt tussen Word-documenten: 'FINAL FINAL FINAL'. In de map 'BOEK FINAL' zit dan echt de laatste versie: '20170909_FINAL_MTM_NR'. Gelukkig weet ik meestal alles snel te vinden in de door mijzelf gecreëerde chaos.

De conclusie van Rheingold in *Net Smart: How to Thrive Online* is duidelijk: de digitale verdeeldheid van de toekomst ligt tussen hen die weten hoe sociale media te gebruiken voor individueel nut en collectieve actie, en zij die dat niet weten en geconsumeerd worden door de technologie. Het is niet voor niets dat de tech-elite het digitale mediagebruik van hun kinderen sterk reguleert en dat hightech-professionals in Silicon Valley hun kinderen naar lowtech-scholen sturen. In het artikel 'Steve Jobs Was a Low-Tech Parent' in *The New York Times* wordt de voor de hand liggende gedachte weerlegd dat het huis van Apple-oprichter Steve Jobs een nerdparadijs zou moeten zijn, een tech-walhalla met enorme touchscreens aan de muren en tafels bedekt met iPads.²⁰² Het tegendeel blijkt waar te zijn. Jobs wist heel goed wat de gevolgen van overmatig gebruik van de door hem ontwikkelde media zouden kunnen zijn. Het digitale mediagebruik van zijn kinderen werd strikt gelimiteerd; vaak waren op schooldagen alle gadgets in de avonduren verboden en in het weekend werden tijdslimieten gesteld aan de beschikbaarheid. Jobs was zich hoe dan ook bewust van de correlatie tussen tech-

nologieverslaving en neurologische processen, zoals het vrijkomen van dopamine in onze hersenen.

In *Offline als luxe* benadrukt Sherry Turkle – die tijdens het interview gestoord wordt door het geluid van haar vaste telefoon, want die kan ze niet uitzetten – dat haar klaslokaal een artificiële white spot is. Technisch gezien is het klaslokaal 'zwart', maar doordat zij geen telefoons toestaat is het in de praktijk een white spot. Volgens haar moeten we dit soort *sacred spaces* zelf creëren. Lovink noemt dit *reality parks*; zelfverkozen white spots die voortkomen uit een collectieve inspanning om communicatiesignalen buiten te houden. Volgens hem moeten we zorg dragen voor zulke locaties en deze promoten, wat wederom een paradoxale situatie oplevert: waarschijnlijk moet je dan online adverteren voor offline ruimtes.²⁰³ Na mijn eerste ervaring als docent – in een klaslokaal waar ongegeneerd YouTube-filmpjes worden gekeken en selfies worden gemaakt en via Snapchat naar klasgenoten gestuurd – lijkt mij dit zeker voor het klaslokaal helemaal geen slecht idee. Hoe dan ook is offline een gat in de westerse markt.

Filosoof Miriam Rasch schrijft in *Zwemmen in de oceaan: berichten uit een postdigitale wereld*, verwijzend naar Rheingolds definitie van mindfulness:

De hoogste prioriteit waar ik steeds opnieuw naar terug moet keren is allang ingevuld door degenen die baat hebben bij orde en discipline, net zoals de afleiding op internet vooral ten dienste staat van de winst van beursgenoteerde bedrijven. [...] "Efficiëntie" is de hedendaagse uitdrukking van wat Rheingold de hoogste prioriteit noemt, het is het toverwoord dat wijst

op het doel waar tegenwoordig alles op gericht is: winstmaximalisatie.²⁰⁴

Mindfulness is volgens Rasch eigenlijk een disciplineringsinstrument van buitenaf dat we in de loop van de tijd hebben geïnternaliseerd (waardoor we denken dat het een vorm van zelfdisciplining is – en we onszelf trots schouderklopjes mogen geven).

Zelfdiscipline [...] is in feite een instrument waarmee de staat en vooral de markt binnendringen in het individu, met als doel zo veel mogelijk winst te genereren. [...] Psychopolitiek betekent dan ook dat het kapitaal (de belangrijkste speler van dit moment) doordringt in de geest en die omvormt voor eigen gewin. Afleiding is de eerste stap in deze wijze van geld verdienen en als de afleiding zo groot groeit dat we ertegen in opstand komen, wordt in de tweede stap nog meer geld verdiend door (zelf-) discipline als een oplossing voor het gecreëerde probleem aan te bieden.²⁰⁵

Volgens Rasch is zelfdiscipline in een hip mantra veranderd. 'Faux-hippie' praktijken zoals mindfulness, meditatie, yoga, digital detoxes en alle andere manieren om rust te vinden en afleiding te overwinnen, zijn volgens haar vooral bedoeld om onszelf 'op te laden' zodat we er daarna nóg harder tegenaan kunnen. Rasch verwijst naar socioloog Hartmut Rosa die in het boek *Leven in tijden van versnelling: een pleidooi voor resonantie* schrijft dat dit soort 'strategieën van vertraging' net zo goed als doel hebben om efficiënter te werken en beter om te kunnen gaan met het snelle tempo van werk, relaties of de routine van alledag.²⁰⁶ Het is een oneindig spel tussen versnelling en afremmen in dienst van versnelling.

'Offline' als oplossing voor ons online luxeprobleem is geen oplossing, het is naïef en digitaal dualistisch. Maar het discours is populair. Zo populair dat 'offline' tegenwoordig haar eigen merchandise heeft. HEMA verkoopt bijvoorbeeld kaarsen met de uitspraak '*Offline is the new luxury*'. Uit ironische verwondering heb ik de kaars gekocht. Later kocht ik ook een wandtegel bij de HEMA met dezelfde spreuk. Wanneer je beseft dat online voor sommigen ter wereld een ontoegankelijke, onbereikbare of onbetaalbare primaire levensbehoefte is, steek je het kaarsje dan nog aan? Ik stel voor dat HEMA en alle andere offline kapitalisten een fonds oprichten en per verkocht product een deel van de winst investeren in toegankelijkheid van het World Wide Web (en met fonds bedoel ik niet Facebook of Google). Een beetje ondernemingsdrang en wat kennis van sociale media zijn het enige dat je nodig hebt om de komende jaren veel geld te verdienen aan ons offline-verlangen. Disconnectie lijkt zo een truc te zijn van het kapitalisme om ons het gevoel te geven dat we nog meer nodig hebben. Alleen hebben we dit keer meer 'minder' nodig, hoe paradoxaal of hypocriet het ook mag klinken. Het nieuwe dat we willen hebben, doen, voelen, ervaren en kopen: rust, tijd en disconnectie. Wat we werkelijk nodig hebben zijn echter concretere, betekenisvolle idealen. Anders trappen we zo weer in de volgende illusie – ik heb al een Facebook-evenement voorbij zien komen: 'Stop Focusing – the benefits of distraction'.²⁰⁷

Ik denk dat het van groot belang is dat we onze gewoonten onder de loep nemen en waar nodig aanpassen, en onze apparaten en machines opnieuw vormgeven zodat zij werken voor ons en niet andersom. In plaats van te vluchten in de illusie van een veilige, rustige en privacy-

beschermende offline hyperrealiteit moet er actie ondernemen worden. Daartoe is er allereerst een verschuiving nodig van een *'(no) attention economy'* naar een *'web of intentions'*.²⁰⁸ Voor we onze intenties kunnen bepalen moeten we wel eerst wakker geschud worden in de postdigitale wereld. Met mindfulness alleen bereiken we niets, maar misschien kan het als wekker dienen.

Als we het digitaal dualistisch onderscheid werkelijk achter ons laten is mindfulness offline ook mindfulness online en andersom. Mindfulness betekent bewuste aandacht, opmerkzaamheid in het hier en nu. Het hier en nu bestaat zowel uit online en offline aspecten, analoge en digitale elementen. Het hier en nu bestaat uit de houten tafel waar ik dit boek aan schrijf, de stoel waar ik op zit, een computermuis, een MacBook Air met een 1,6 GHz Intel Core i5 processor en macOS Sierra daarop geïnstalleerd, de papieren boeken die op tafel liggen, de mok waaruit ik thee drink, het Word-document waarin ik schrijf, het beeldscherm waar ik naar kijk, de pen die naast mij ligt, de *'Updates Not Installed'* notificatie die plots op mijn beeldscherm verschijnt, en mijn iPhone die op 'niet storen'-stand staat, met toch – hoop ik – nieuwe berichten van een jongen die ik leuk vind. Het zijn allemaal technologieën in mijn realiteit.

Internet, smartphones en laptops gaan niet meer weg. Digitale technologie *is here to stay*. De vraag is niet langer wat de potentie van nieuwe media is en welke impact zij teweeg kunnen brengen in de samenleving, maar hoe we om kunnen en willen gaan met deze realiteit. Het digitaal dualisme bediscussiëren in media-theorie, internetkritiek en de samenleving als geheel is noodzakelijk om de mythe van het virtuele te doorbre-

ken. Paradoxaal genoeg kunnen we dat denk ik alleen bereiken door eerst het digitale hyper-aanwezig te maken in onze levens, door de materialiteit, de tastbaarheid en echtheid van het digitale zichtbaar te maken, en zo de virtuele mythe te doorbreken. Om het technonbewuste te voorkomen en plaats te maken voor 'het nieuwe techno-bewustzijn', moeten we ons eerst veel bewuster worden van digitale technologie en het internet. De uitdaging die voor ons ligt is niet de alomtegenwoordige aanwezigheid van digitale technologie en het internet, maar juist haar onzichtbaarheid.²⁰⁹ Voor Olia Lialina is het zichtbaar maken van de computer van de toekomst al het belangrijkste punt op haar agenda. Kunstenaars, of zij nu werken met nieuwe media of digitale media, internet-, postinternet-, Vaporwave, of new aesthetic-kunstenaars zijn, kunnen daar een belangrijke rol in spelen. Net als jij en ik.

Internet



Internetenties

Internetenties

I try to set rules around my Internet usage. The act of rule-setting means that I am probably an Internet addict. Like, people who aren't addicts don't need to set rules about things. They just do them.

@sosadtoday²¹⁰

Toen ik begon met het schrijven van de introductie van dit boek wilde ik daarin beloven dat ik zou terugblikken op mijn 'offline' experiment. Na een heleboel digi-confessies rondslingerend op het internet te hebben gelezen voel ik eigenlijk niet langer de behoefte om daar nog een verslag aan toe te voegen. Ik kan hier stoppen, of toch – lekker hypocriet – een verslag geven dat ik toch al heb geschreven (anders is het zo zonde van de tijd die ik erin heb gestoken).

Een ding is zeker: ik vind mezelf niet langer iPhone-Facebook-Instagram-Twitter-Tumblr-internet-verslaafd. Ik ben nooit helemaal offline geweest, wel veel – het schrijven van dit boek duurde ook veel langer dan gepland. De eerste twee maanden heb ik afgekickt met behulp van SelfControl op mijn laptop en Zero Willpower op mijn iPhone. Iedere ochtend schakelde ik de apps in die voor een aantal uren de voor mij afleidende websites blokkeerden. Soms was dat heel onhandig, omdat ik iets wilde opzoeken dat ik via Facebook had bewaard of omdat ik op zoek was naar een tweet. Dat lukte dan niet: *'Twitter refused to connect.'* Het automatisme waarmee je www.facebook.com in je browser intypt is niet zomaar verdwenen. Het is een verslaving, net als het automatisme waarmee een roker een sigaret opsteekt.

Smartphone-, sociale media- en internetverslaving zijn net zo écht als andere verslavingen en kunnen een heel vervelende impact op je leven hebben. Zonder twijfel was ik verslaafd aan mijn iPhone en sociale media. Deze digi-verslaving uitte zich in een voortdurende stress, onrust en gebrek aan focus. Het is een verslaving die niet volledig te wijten is aan internet en sociale media. Ze heeft meer te maken met mijn enthousiasme voor van alles en nog wat, en het willen verwezenlijken van mijn persoonlijke ambities. Het internet heeft de hoeveelheid dingen om enthousiast over te zijn wel enorm vergroot en mijn ambities versterkt. Via sociale media volg ik curatoren, onderzoekers en andere mensen die ik interessant vind. Mensen die altijd de tofste tentoonstellingen bezoeken, de hele wereld over reizen, veelbesproken tentoonstellingen maken, publicaties schrijven, sexy selfies posten en simpelweg succesvol zijn. Hoewel ik heus wel besef dat het plaatje dat zij schetsen op sociale media niet wil zeggen dat deze mensen beter zijn dan ik of überhaupt gelukkig zijn, kreeg ik hierdoor toch het gevoel dat ik ook van alles moest doen, en wel nu meteen. Ik raakte verstrengeld in de information overload die ik zelf had gecreëerd en vergat te leven zoals ik zélf wilde leven. Naast mijn fulltimebaan bezocht ik alle tentoonstellingen, symposia, lezingen en andere evenementen die ik in mijn agenda gepropt kreeg. De enorme berg data die ik om me heen verzamelde – met name bestaande uit heel veel artikelen die ik nog wilde lezen, video's die ik nog moest terugkijken en dingen die ik simpelweg wilde checken, bewaard via Facebook, Evernote, Tumblr, Twitter, Instagram, IMDb en Instapaper – was niet meer te overzien. Ik was alleen nog maar bezig met mijn onderzoek, las bijna geen nieuws meer omdat ik daar geen ruimte meer voor had in mijn

hoofd. Ik had last van stressklachten die zich uitten op allerlei vervelende manieren en raakte steeds verder verstrengeld in alles wat ik nog moest doen maar waar ik eigenlijk geen energie meer voor had.

In eerste instantie leek de oplossing voor mijn (luxe-) probleem vrij eenvoudig: eerst afkicken, daarna reguleren. Net als stoppen met roken, leverde het niet meer gedachteloos scrollen door mijn nieuwsoverzichten veel tijd op. Tijd die ik opnieuw en bewust kon indelen en onder andere besteedde aan het lezen van nieuws (wel online, niet via Facebook), ongestoord schrijven en lezen zonder afleiding. Eenmaal afgekickt (vrij snel, binnen ongeveer twee weken – net als met nicotine) was de noodzaak om sociale media te checken zo goed als verdwenen. Ik vergat steeds vaker de blokkades aan te zetten omdat ik vergat op sociale media te kijken. SelfControl werkt als de nicotinepleister tijdens het stoppen met roken, op een gegeven moment vergeet je ze op te plakken omdat je de uitbesteding van discipline niet meer nodig hebt.

Maar net als met roken is juist dat het gevaarlijke moment: je denkt dat je niet meer verslaafd bent en dat je alle sociale media gewoon weer aan kunt. Even op Facebook kijken is als één trekje van een sigaret, voor ik het doorhad was ik weer gedachteloos aan het scrollen door mijn socialemedianieuwsoverzichten. Het is nooit mijn doel geweest om volledig offline te zijn of te blijven voor de rest van mijn leven. Mijn doel was de concentratie en focus te vinden die ik nodig had voor het schrijven van deze publicatie. Nu heb ik een veel betere balans gevonden in mijn socialemediagebruik en het leven in het algemeen. Ik ben er ook achter

gekomen dat dit iets is waar ik continu aan moet blijven werken, want de oude gewoonten sluipen er stiekem zo weer in. ‘Digital mindfulness’ – gedachteloos scrollen, of staren naar de ronddraaiende strandbal als je MacBook vastloopt – kan net zo ontspannend zijn als staren naar een kampvuur. Anders dan voortdurende zelfregulering door faux-hippie praktijken zoals mindfulness is het veel zinvoller als we onze relatie tot digitale connectie bekijken vanuit een groter perspectief. We moeten onszelf vragen stellen als: zijn we werkelijk verslaafd aan onze telefoons of maakt het huidige werkethos het onmogelijk om te disconnecten? Waarom zouden we onze levens beschouwen als iets dat we moeten managen? Wanneer is controle over verbondenheid een privilege? Daarin is het belangrijk dat we online en offline waarderen om hun eigen kwaliteiten. Aldus Jurgenson: ‘Even offline gaan moet niet beschouwd worden als een noodzakelijk opladen, alsof mensen batterijen zijn. Of we nu lekker uitgezoned zijn achter een scherm of bij een kampvuur, we kunnen tijd “verspillen” omwille van verspilling, hem verbranden, ervoor kiezen hem niet productief in te zetten voor de toekomst.’²¹¹

Verschillende critici die ik heb besproken maken duidelijk dat het organiseren van aandacht geen luxe maar noodzaak is. Nathan Jurgenson vertelde mij in een café in New York, onder het genot van een *cheap wine*, dat hij het liefst schrijft op een plek zonder afleiding: ergens in de natuur, weg uit de stad en zonder wifi. Geert Lovink heeft een iPhone zonder internet, want anders zou hij daar heel de dag op kijken. Koert van Mensvoort schrijft graag aan het strand, met ‘echte’ natuur als bureau-bladachtergrond. En Douglas Rushkoff vertelde me over de wijze waarop sciencefictionauteur Cory Doctorow

informatie reguleert. Rushkoff stuurde hem ooit een e-mail met de vraag om advies hoe om te gaan met de digitale stroom aan informatie. Het antwoord verscheen per automatisch antwoord direct in zijn e-mail inbox en kwam ongeveer neer op: ‘Deze e-mail wordt niet gelezen omdat ik aan het schrijven ben. Over drie maanden lees ik mijn e-mail weer en zal ik reageren.’ Of je nu voorstander bent van mindfulness of mindlessness online, digitaal dualist bent of niet, of je vindt dat we offline moeten verheerlijken of niet, het vinden van een manier waarop *jij* digitale technologie *wil* gebruiken is het allerbelangrijkste.

Ik kijk niet meer automatisch op sociale media, maar als mijn duim per ongeluk uit zichzelf een app opent of ik gewoon zin heb om gedachteloos te scrollen is dat prima. Niet mogen roken is ook moeilijker vol te houden dan niet te hoeven roken. Ik heb alle notificaties op al mijn apparaten uitgeschakeld. Ik ben niet direct bereikbaar doordat de ‘maan-stand’ (niet storen) op mijn iPhone is ingeschakeld, die alle inkomende telefoongesprekken weigert tenzij de beller in mijn favorietenlijst staat (en dat is alleen mijn vader, voor noodgevallen). Mijn e-mail probeer ik vaker bewust te openen, in plaats van automatisch en zonder erbij na te denken. Ik behandel mijn e-mail ook meer bewust in plaats van reactief: ik plan tijd in om e-mails te beantwoorden en bedenk daarbij dat als het haast heeft de persoon wel belt (en mij dan niet te pakken krijgt). Ik heb niet meer het gevoel dat iedere e-mail een antwoord nodig heeft en zeker niet direct. Feit is: na een paar dagen is de kwestie vaak al opgelost – sorry. Bijna een half jaar lang heb ik iedere dag mindfulness beoefend met de Headspace-app op mijn iPhone. Ik denk bewuster na waaraan ik mijn

energie digitaal en fysiek wil besteden. En ik geef mijn sociale media zelf zo veel mogelijk vorm. Dit doe ik door massaal te ontvolgen (wat vriendelijker is dan ontvrienden). Van mensen die te vaak foto's van hun huisdier plaatsen, ziek zijn, alleen maar sporten, te gezond zijn of te lekker eten, hoef ik de berichten gewoonweg niet te zien. Ik plaats dingen op sociale media alleen als ik écht iets wil delen. Of het nu werk of privé is, mijn nieuwe default-setting is dat het niemand iets uitmaakt wat ik aan het doen ben tenzij ik het heel leuk, grappig of interessant vind, of ik wil dat mensen iets lezen, zien, of ergens naartoe komen. De onthoudingsperiode heeft me geleerd dat niemand me mist – ik had al twee maanden niets op sociale media geplaatst en mijzelf opgesloten in de bibliotheek, terwijl sommige Facebookvrienden dachten dat ik nog steeds iedere dag kunst aan het bekijken was – en dat ik ook niets mis. Sociale media gebruiken mij niet meer, ik gebruik sociale media zoals ik ze wil gebruiken. Ik heb zelfs besloten dat ik niet meer wakker wil worden door hetzelfde geluid als de beltoon van half Nederland. Als je afkickt van je verslaving aan sociale media mag je jezelf best belonen en daarom heb ik een wekker gekocht (een hele dure met vogelgeluiden uit de jungle en een simulatie van de zonsopkomst). Dat wil overigens niet zeggen dat ik mijn iPhone niet meer mee naar bed neem. Ik wil namelijk nog wel mijn slaapcyclus analyseren, zodat ik weet of ik lekker heb geslapen.

Roken op kantoor, in de trein of in het café is niet meer toegestaan. Door de jaren heen hebben de rookvrije zones de plekken waar roken is toegestaan verdreven. Wifivrije zones zullen ook steeds meer opduiken, net als andere (zelf)regulatiemiddelen. Deze 'vrije' plekken zijn fijn, maar niet de hele oplossing. Terwijl de overheid

heel hard probeert roken uit te drijven – door de prijs van tabak te verhogen, de gevaren in kaart te brengen en roken te verbieden in treinen, scholen, op werkplekken, in cafés en op het terras – wordt er nog steeds gerookt. Maar wel stukken minder. Met het creëren van bewustzijn heeft de overheid al heel wat bereikt. Als het gaat om digitale mediawijsheid en -bewustzijn mag de overheid zich daar ook wel wat drukker over maken. Je moet zelf de discipline blijven opbrengen om te kunnen bepalen in hoeverre het internet, digitale technologie en je smartphone je leven bepalen, maar een beetje hulp is daarbij wel gewenst. Net als stoppen met roken is het doorbreken van gewoonten niet altijd even makkelijk, ook al wil je dat zelf. Anders dan met roken het geval is kunnen we met digitale media en internet niet volledig stoppen zonder ons volledig af te sluiten van de samenleving. We kunnen wel proberen te bepalen hoe we deze fascinerende, revolutionaire technologie met oneindige mogelijkheden willen gebruiken. Terugvallen in oude gewoonten hoort bij het proces, maar de inspanning is het resultaat waard.

Het is belangrijk dat we digitale technologie onder de loep nemen om aanpassingen te doen, onze relatie ermee te definiëren, onze gewoonten te veranderen en de technologie te herontwerpen naar onze wensen. Internet-, postinternet- en andere kunstenaars kunnen bijdragen aan het tegenhouden van het techno-onbewuste. Er is ook een rol weggelegd voor politici, activisten, onderzoekers, hackers, designers, kunstenaars, leraren, jij en ik, voor iedereen die digitale technologie wil gebruiken om na te denken over ons *eigen* internet. Mijn 'internetentie' is om via mijn werk als onderzoeker, schrijver en curator bij te dragen aan het zichtbaar

maken van het internet, digitale technologie en de daaraan verbonden kwesties. Internet is de spiegel van onze samenleving, jouw internet is de spiegel van jezelf. Wees je bewust van hedendaagse technologieën en draag bij aan het nieuwe techno-bewustzijn. Zoals mijn Headspace-app – met een abonnement van € 9,95 per maand (!) – mij herinnert: ‘Het verstand is als de oceaan, de golven zijn niet gescheiden van de zee. Omhels gedachten met bewustzijn en leer hoe de golven te beheersen.’

<3 Nadine





<3

Geert Lovink en het Institute of Network Cultures aan de Hogeschool van Amsterdam ben ik enorm dankbaar voor de kans die ik heb gekregen om mijn onderzoek verder te ontwikkelen en dit boek te schrijven. Dank aan alle INC-collega's van wie ik veel heb geleerd, en in het bijzonder aan Miriam Rasch voor het meedenken, meelezen en de eindredactie.

Grote dank aan Angelique Spaninks en kunstruimte MU in Eindhoven – een van de weinige plekken in Nederland waar nog écht nieuwe kunst getoond wordt – voor het realiseren van een tastbare, fysieke, offline editie van deze publicatie. Het is fijn om dat waar je zo hard aan gewerkt hebt vast te kunnen houden.

Mieke Gerritzen (The Image Society) bracht mij in contact met iedereen met wie ik in contact moest komen om dit boek te kunnen maken, dank voor al het enthousiasme en vertrouwen!

Harris Blondman, ofwel Harry Bloch en Joris Landman ben ik ontzettend dankbaar voor de fijne, leuke, goede samenwerking en de schitterende vormgeving.

Ioana Stanescu krijgt heel veel likes voor het kritisch lezen en reageren op deze publicatie. En het goede gezelschap tijdens de vele tentoonstellingen en symposia die we samen hebben bezocht. Zo ook Ward Janssen die ik altijd midden in de nacht mag vragen of hij me wil terugbellen wanneer mijn belminuten op zijn om over kunst en internet te kletsen.

Heel veel <3 <3 <3 voor mijn familie, vrienden en vriendinnen, want zonder jullie liefde en gezelligheid had ik dit boek niet geschreven. Danique Roestenburg en Will Roestenburg wil ik extra bedanken voor het meelezen en de menselijke spellingscontrole.

Een betere begeleider van mijn masterthesis dan Hans van Driel had ik mij niet kunnen wensen. Bedankt voor al jouw inspiratie en inzichten die je met enthousiasme hebt weten over te dragen aan een nieuwe generatie.

Ten slotte dank ik alle kunstenaars, critici, wetenschappers, mensen op straat, in de trein, op internet, en de leuke jongen die al dan niet (geanonimiseerd) in dit boek zijn opgenomen voor het voeden van mijn kennis en fascinatie. Ik hoop dat dit boek bijdraagt aan de erkenning die jullie verdienen.



Referenti

Eindnoten

- 1 Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*, Cambridge: The MIT Press, 1999 (1964), p. xxi.
- 2 Nicholas Negroponte, 'Beyond Digital', *Wired blog*, 12 januari 1998, <https://www.wired.com/1998/12/negroponte-55/>.
- 3 Negroponte, 'Beyond Digital'.
- 4 'Acht procent van de Nederlanders nooit op internet', Centraal Bureau voor de Statistiek, 3 juni 2016, <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2016/22/acht-procent-van-de-nederlanders-nooit-op-internet>.
- 5 Japie Stoppelenberg, 'Deze generatie verdient een bitchslap', *Z magazine*, mei 2017, <https://www.rtlz.nl/z-magazine/2017/z-magazine-mei-2017#2422061>.
- 6 Renate van der Zee, 'De pampergeneratie: verwend, gekoesterd en daardoor dóódongelukkig', *HP de Tijd*, 8 maart 2016, <http://www.hpdetijd.nl/2016-03-08/de-pampergeneratie-verwend-gekoesterd-en-daardoor-doodongelukkig/>.
- 7 Caroline van Keeken, "Er valt vaak niet met millennials te werken", *NRC Handelsblad*, 9 maart 2017, <https://www.nrc.nl/nieuws/2017/03/09/er-valt-vaak-niet-met-ze-te-werken-7154877-a1549399>.
- 8 Simon Sinek, 'Simon Sinek on Millennials in the Workplace', YouTube-video geüpload door David Crossman op 29 oktober 2016, <https://www.youtube.com/watch?v=hER0Qp6QJNU>.
- 9 Mieke Gerritzen en Chantal Prod'hom, 'The Border Area', in Lidewij Edelkoort, *The Pop-Up Generation: Design Between Dimensions*, Amsterdam: BIS Publishers, 2012, p. xiv.
- 10 Robin Uitham, 'Generatie XYZ: wie zijn dat eigenlijk?', *Intermediair blog*, 17 november 2012, <http://www.intermediair.nl/carriere/doorgroeien/carriere-ontwikkeling/generatie-xyz-wie-zijn-dat-eigenlijk>.
- 11 McLuhan, *Understanding Media*.
- 12 Rafaël Rozendaal, 'why the internet is a good place for art', <http://www.newrafael.com/why-the-internet-is-a-good-place-for-art/>.
- 13 Marian Cousijn, 'Rondleiding: Surf mee langs de beste internetkunst', *De Correspondent*, 30 september 2015, <https://decorrespondent.nl/3427/rondleiding-surf-mee-langs-de-beste-internetkunst/443781335525-a74ce1ef>.
- 14 Nadine Roestenburg, 'INTERVIEW | Olia Lialina, 20 years MBCBFTW', *Post-Digital blog*, 25 februari 2016, <http://networkcultures.org/postdigital/2016/02/25/interview-olia-lialina-20-years-mbcbftw/>.
- 15 Roestenburg, 'INTERVIEW | Olia Lialina'.
- 16 Timo Arnall, 'Internet Machine', 13 mei 2014, <http://www.elasticspace.com/2014/05/internet-machine>.
- 17 Olia Lialina, 'Not Art&Tech: On the role of Media Theory at Universities of Applied Art, Technology and Art and Technology', Universität für angewandte Kunst Wien, november 2015, <http://contemporary-home-computing.org/art-and-tech/not/>.
- 18 Don Norman, 'Why Interfaces Don't Work', in Brenda Laurel (red.) *The Art of Human-Computer Interface Design*, Boston: Addison-Wesley Longman Publishing Co., Inc., 1990, p. 218.
- 19 Roestenburg, 'INTERVIEW | Olia Lialina'.
- 20 Josephine Bosma, *Nettitudes: Let's Talk Net Art*. Rotterdam: NAI Publishers, Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2011, p. 24.

- 21 Bosma, *Nettitudes*, p. 25.
- 22 Bosma, *Nettitudes*, p. 24.
- 23 Rosalind Krauss, *A Voyage on the North Sea: Art in the Age of the Post-Medium Condition*. Londen: Thames and Hudson, 1999.
- 24 @furtherfield, "The mainstream art world waited to utter the term "Internet art" until they could safely add the prefix "post-" to it" @jonippolito', Twitter bericht, 12 december 2016, 11:21, <https://twitter.com/furtherfield/status/808255499078684672>.
- 25 Lauren Cornell, 'Net results: Closing the gap between art and life online', *Timeout*, 9 februari 2006, <https://www.timeout.com/newyork/art/net-results>.
- 26 Domenico Quaranta, 'Situating PostInternet', The InternationaI, Rotterdam, 22-23 mei 2015, <http://www.showroommama.nl/nl/projecten/702/The-InternationaI/>.
- 27 Régine Debatty, 'Interview with Marisa Olson', *We Make Money Not Art*, 28 maart 2008, http://we-make-money-not-art.com/how_does_one_become_marisa/.
- 28 Brad Troemel, *Peer Pressure: Essays on the Internet by an Artist on the Internet*. Brescia: LINK Editions, 2011.
- 29 Melanie Bühler (red.), *No Internet, No Art: A Lunch Bytes Anthology*. Eindhoven: Onomatopee, 2015, p. 14.
- 30 Brian Droitcour, 'Why I Hate Post-Internet Art', 31 maart 2014, <https://culturetwo.wordpress.com/2014/03/31/why-i-hate-post-internet-art/>.
- 31 Droitcour, 'Why I Hate Post-Internet Art'.
- 32 Constant Dullaart, in Karen Archey & Robin Peckham, *Art PostInternet: INFORMATION/DATA*, tentoonstellingscatalogus. Beijing: Ullens Center for Contemporary Art, 2014, p. 92, <http://post-inter.net/>.
- 33 Nadine Roestenburg, 'INTERVIEW | Lindsay Howard, Temporary Highs', *Post-digital blog*, 25 juli 2016, <http://networkcultures.org/postdigital/2016/07/25/interview-lindsay-howard-temporary-highs/>.
- 34 Brad Troemel & Josh Citeralla, 'uv talking point memo', 2016, ongepubliceerd document ontvangen per e-mail van Brad Troemel op 21 mei 2016.
- 35 Felix Petty, 'How Post-Internet Art Went Mainstream', *i-d*, 23 december 2014, https://i-d.vice.com/en_uk/article/mbebxv/how-post-internet-art-went-mainstream.
- 36 Lisa Vos, "'Internetkunst is aan erosie onderhevig": Interview Jan Robert Leegte', *NRC Handelsblad*, 15 september 2016, <https://www.nrc.nl/nieuws/2016/09/15/internetkunst-is-aan-erosie-onderhevig-4300194-a1521775>.
- 37 Vos, "'Internetkunst is aan erosie onderhevig".
- 38 Cousijn, 'Rondleiding'.
- 39 Domenico Quaranta, 'Internet Landscapes. A Journey in Space and Time', in Evan Roth, *Kites & Websites*, Stockholm/Ljubljana: Belenius/Nordenhake & Aksioma, Institute for Contemporary Art, 2016, http://aksioma.org/pdf/Kites&Websites_Evan-Roth_BeleniusNordenhake_Aksioma.pdf.
- 40 Rafaël Rozendaal, 'Complex Computational Compositions at Upstream Gallery', 2016, <http://www.newrafael.com/complex-computational-compositions/>.
- 41 Rozendaal, 'Complex Computational Compositions'.
- 42 Rozendaal, 'Complex Computational Compositions'.
- 43 Matt Jessel, 'Remix Culture: Rethinking What We Call Original Content', *Marketing Land*, 30 april 2013, <http://marketingland.com/remix-culture-rethinking-what-we-call-original-content-41791>.
- 44 Benoit Palop, 'Step Inside "The Garden of Emoji Delights"', *Creators*, 25 oktober 2014, https://creators.vice.com/en_us/article/53w39a/step-inside-the-garden-of-emoji-delights.
- 45 Walter Benjamin, *Het kunstwerk in het tijdperk van zijn technische reproduceerbaarheid*, vertaling: Henk Hoeks. Nijmegen: Sun, 1996 (1985), pp. 12-13.
- 46 Benjamin, *Het kunstwerk in het tijdperk van zijn technische reproduceerbaarheid*, pp. 13-14.
- 47 Jean Baudrillard, *Simulacra and Simulation*, vertaling: Sheila Faria Glaser. Ann Arbor: The University of Michigan Press, 2010 (1981), p. 1.
- 48 John Storey, *Cultural Theory and Popular Culture: an Introduction*. Harlow: Pearson Education Ltd., 2009, p. 187.
- 49 Artie Vierkant, 'The Image Object Post-Internet', 2010, http://jstchillin.org/artie/pdf/The_Image_Object_Post-Internet_us.pdf.
- 50 Vierkant, 'The Image Object Post-Internet'.
- 51 Jos de Mul, *Cyberspace Odyssee*. Kampen: Uitgeverij Klement, 2004, p. 124.
- 52 Leander Roet, 'Jennifer in Paradise: het verhaal van de eerste gefotoshopte foto ooit', *Creators*, 15 maart 2016, <https://creators.vice.com/nl/article/yppqjgw/jennifer-in-paradise-het-verhaal-van-de-eerste-gefotoshopte-foto-ooit>.
- 53 Jacobé Huet, 'New Iconographies: The Museum Of Internet', *Sleek*, 19 februari 2015, <http://www.sleek-mag.com/2015/02/19/museum-of-internet-new-iconographies/>.
- 54 McHugh, *Post Internet*, p. 250.
- 55 Kevin Roose, 'Netflix and chill': the complete history of a viral sex catchphrase', *Splinter*, 27 augustus 2015, <http://splinternews.com/netflix-and-chill-the-complete-history-of-a-viral-sex-1793850444>.
- 56 Chris Anderson, *The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More*. New York: Hachette Books, 2006.
- 57 Matthew Lupovich, 'Vaporwave: A Brief History', YouTube-video geüpload door Wolf- op 10 juni 2015, <https://www.youtube.com/watch?v=PdpP0mXOIWM>.
- 58 Adam Harper, 'Comment: Vaporwave and the pop-art of the virtual plaza', *Dummy*, 7 december 2012, <http://www.dummymag.com/features/adam-harper-vaporwave>.
- 59 Karl Marx en Friedrich Engels, *Het Communistisch Manifest*, 1848, *Marxists Internet Archive*, <https://www.marxists.org/nederlands/marx-engels/1848/manifest/cm.pdf>.
- 60 Marx en Engels, *Het Communistisch Manifest*.
- 61 Hans van Driel, *Beeldcultuur*. Amsterdam: Boom, 2004, p. 39.
- 62 Harper, 'Comment: Vaporwave'.
- 63 Michelle Lhooq, 'Is Vaporwave The Next Seapunk?', *Thump*, 28 december 2013, https://thump.vice.com/en_ca/article/3de8mb/is-vaporwave-the-next-seapunk.
- 64 Jordan Pearson, 'How Tumblr and MTV Killed the Neon Anti-Corporate Aesthetic of Vaporwave', *Motherboard*, 26 juni 2015, <http://motherboard.vice.com/read/tumblr-and-mtv-killed-vaporwave>.
- 65 @kg_ubu, 'Everything in the world exists in order to end up on the web.', Twitterbericht, 25 mei 2017, 02:28, https://twitter.com/kg_ubu/status/867537902825345024.
- 66 @kg_ubu, 'Everything on the web exists in order to end up in the world.', Twitterbericht, 25 mei 2017, 02:32, https://twitter.com/kg_ubu/status/867538761189556225.
- 67 James Bridle, 'Waving at the Machines', *Web Directions South*, Sydney, 22-25 oktober 2013, <http://www.webdirections.org/resources/james-bridle-waving-at-the-machines/waving-at-the-machines>.

- 68 James Bridle, 'About', *The New Aesthetic*, <http://new-aesthetic.tumblr.com/about>.
- 69 Bruce Sterling, 'An Essay on the New Aesthetic', *Wired*, 2 april 2012, http://www.wired.com/beyond_the_beyond/2012/04/an-essay-on-the-new-aesthetic/.
- 70 Rob Walker, 'Questions About "The New Aesthetic"', *Design Observer*, 1 november 2011, <http://designobserver.com/article.php?id=30878>.
- 71 Bridle, 'Waving at the Machines'.
- 72 Tiffany Jow, 'Craft Service', *Modernluxury.com*, juli 2012, p. 58.
- 73 Tsui, B, 'Digital Sculptures Inspired by Atari's Pitfall', *Wired*, 29 mei 2012, <http://www.wired.com/design/2012/05/pixel-sculpture/>.
- 74 Joris Laarman Lab, 'Digital Matter (2011)', <http://www.jorislaarman.com/work/digital-matter/>.
- 75 Katja Kwastek, 'How to Be Theorized: A Tediously Academic Essay on the New Aesthetic', in David M. Berry & Michael Dieter (red.), *Postdigital Aesthetics: Art, Computation and Design*. Hampshire & New York: Palgrave Macmillan, 2015, pp. 72–85.
- 76 @rgrusin, 'The "new aesthetic" is just the latest name for remediation, all dressed up with nowhere to go. #newaesthetic.', Twitter bericht, 14 april 2012, <https://twitter.com/rgrusin/status/192622844860047361>.
- 77 Zoë Salditch, 'Artist Profile: Clement Valla', *Rhizome*, 3 januari 2012, <http://rhizome.org/editorial/2012/jan/3/artist-profile-clement-valla/>.
- 78 Clement Valla, 'The Universal Texture', *Rhizome*, 31 juli 2012, <http://rhizome.org/editorial/2012/jul/31/universal-texture/#notes>.
- 79 Domenico Quaranta, 'Collect the WWWorld. The Artist as Archivist in the Internet Age', in Domenico Quaranta et al., *Collect the WWWorld*, tentoonstellingscatalogus. Brescia: LINK Editions, 2011.
- 80 James Bridle, 'Rainbow Plane 002: Kiev', *booktwo.org*, 29 oktober 2014, <https://booktwo.org/notebook/rainbow-plane-002-kiev/>.
- 81 Rosa Menkman, *The Glitch Moment(um)*. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2011, pp. 30–31.
- 82 Vilém Flusser, *Een filosofie van de fotografie*. Utrecht: Uitgeverij IJzer, 2007, p. 37.
- 83 Flusser, *Een filosofie van de fotografie*, p. 49.
- 84 Rev Dan Catt, 'Why the New Aesthetic isn't about 8bit retro, the Robot Readable World, computer vision and pirates', <https://revdancatt.com/2012/04/07/why-the-new-aesthetic-isnt-about-8bit-retro-the-robot-readable-world-computer-vision-and-pirates/>.
- 85 Lynn Berger, 'Kunstenaar Zach Blas laat zien dat surveillance meer op het spel zet dan alleen onze privacy', *De Correspondent*, 9 december 2014, <https://decorrespondent.nl/2176/kunstenaar-zach-blas-laait-zien-dat-surveillance-meer-op-het-spel-zet-dan-alleen-onze-privacy/281782371200-1b4076f7>.
- 86 STRP, 'Liam Young (AU): In The Robot Skies', STRP Biennale 2017, <https://strp.nl/program/liam-young/>.
- 87 Noémie Jennifer, 'These Digital Paintings Are Wired for Success – Literally', *Creators*, 19 april 2016, https://creators.vice.com/en_us/article/3d5evw/digital-paintings-wired-for-success.
- 88 Jennifer, 'These Digital Paintings'.
- 89 Kwastek, 'How to Be Theorized', p. 73.
- 90 Bridle, 'Waving at the Machines'.
- 91 James Bridle, 'The New Aesthetic and its Politics', *booktwo.org*, 12 juni 2013, <http://booktwo.org/notebook/new-aesthetic-politics/>.
- 92 Wikipedia, 'Esthetica', <https://nl.wikipedia.org/wiki/Esthetica>.
- 93 Kwastek, 'How to Be Theorized', pp. 74–75.
- 94 Ian Bogost, 'What is Object-Oriented Ontology? A Definition for Ordinary Folk', 8 december 2009, http://bogost.com/writing/blog/what_is_objectoriented_ontolog/.
- 95 Ian Bogost, *Alien Phenomenology, or What it's Like to be a Thing*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2012.
- 96 Greg Borenstein, 'What it's Like to Be a 21st Century Thing', in The Creators Project Staff, 'In Response To Bruce Sterling's "Essay On The New Aesthetic"', 6 april 2012, https://creators.vice.com/en_uk/article/eza9xa/in-response-to-bruce-sterlings-essay-on-the-new-aesthetic.
- 97 Ian Bogost, 'The New Aesthetic Needs to Get Weirder', 13 april 2012, *The Atlantic*, <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/04/the-new-aesthetic-needs-to-get-weirder/255838/>.
- 98 Bridle, 'The New Aesthetic and its Politics'.
- 99 Bridle, 'The New Aesthetic and its Politics'.
- 100 Ian Bogost, 'The New Aesthetic Needs to Get Weirder'.
- 101 David M. Berry, Michel van Dartel, Michael Dieter, Michelle Kasprzak, Nat Muller, Rachel O'Reilly en José Luis de Vicente, *New Aesthetic New Anxieties*. Rotterdam: V2_, 2012, <http://www.v2.nl/publishing/new-aesthetic-new-anxieties>.
- 102 Curt Cloninger, 'Manifesto for a Theory of the "New Aesthetic"', *Mute*, 3 oktober 2012, <http://www.metamute.org/editorial/articles/manifesto-theory-%E2%80%98new-aesthetic%E2%80%99>.
- 103 Evan Puschak, 'How Art Can Transform the Internet', *The Nerdwriter*, YouTube-video geüpload door Nerdwriter1 op 6 januari 2016, <https://www.youtube.com/watch?v=783hwpJTjlo>.
- 104 Bridle, 'The New Aesthetic and its Politics'.
- 105 Bridle, 'The New Aesthetic and its Politics'.
- 106 Lomography, 'The 10 Prophecies', <http://microsites.lomography.com/prophecies/the-10-prophecies>.
- 107 Kim Cascone, 'The Aesthetics of Failure: "Post-Digital" Tendencies in Contemporary Computer Music', *Computer Music Journal*, 24.4, 2000, pp. 12–18.
- 108 Ian Andrews, 'Post-digital Aesthetics and the Return to Modernism', 2000, <http://www.ian-andrews.org/texts/postdig.html>.
- 109 Florian Cramer, 'What is "Post-digital"?', *A Peer-Reviewed Journal About Post-Digital Research*, 2014, <http://www.aprja.net/what-is-post-digital/>.
- 110 David M. Berry & Michael Dieter (red.), *Postdigital Aesthetics: Art, Computation and Design*. Hampshire & New York: Palgrave Macmillan, 2015, p. 4.
- 111 Kwastek, 'How to Be Theorized', p. 80.
- 112 Florian Cramer, 'What is "Post-digital"?'.
- 113 Aldje van Meer, 'I Would Rather Design a Poster than a Website', *Willem de Kooning Academy Rotterdam University*, 2012–2013. Geciteerd in Cramer, 'What is "Post-digital"?'.
- 114 Mieke Gerritzen en Chantal Prod'hom, 'The Border Area', in Lidewij Edelkoort, *The Pop-Up Generation: Design Between Dimensions*, 2012. Amsterdam: BIS Publishers, pp. xiv–xv.
- 115 Van Meer, 'I Would Rather Design a Poster than a Website'.
- 116 Kenneth Goldsmith, *Uncreative Writing: Managing Language in the Digital Age*. New York: Columbia UP, 2011, p. 226.
- 117 Cramer, 'What is "Post-digital"?'.

- 118 Simon Reynolds, *Retromania: Pop Culture's Addiction to its Own Past*, Londen: Faber and Faber Ltd, 2011.
- 119 Olivier Rieter, 'Tradities, Nostalgie en Beeld(ver)vorming', *Volkskunde* 3–4, 2009, pp.323–335.
- 120 Fredric Jameson, *Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism*. Londen/New York: Verso, 1991, p.9.
- 121 Jameson, *Postmodernism*, p.19.
- 122 Jean-Luc Godard, *Le Petit Soldat*, 1980: 'La photographie, c'est la vérité, et le cinéma, c'est vingt-quatre fois la vérité par seconde.'
- 123 Shumon Basar, Douglas Coupland en Hans Ulrich Obrist, *The Age of Earthquakes: A Guide to the Extreme Present*, 2015, pp.28–29.
- 124 Kurt Andersen, 'You Say You Want a Devolution?', *Vanity Fair*, januari 2011, <http://www.vanityfair.com/style/2012/01/prisoners-of-style-201201>.
- 125 Eyebrowgod, 'a 90's kid? don't you mean sad adult?', *Tumblr*, 2014, <http://eyebrowgod.tumblr.com/post/87036090732>.
- 126 Tumblrreacties op het bericht 'a 90's kid? don't you mean sad adult?' van eyebrowgod, <http://eyebrowgod.tumblr.com/post/87036090732>, in Jacob Geers, 'This Profound Tumblr Post Explains Why '90s Kids Are Endlessly Obsessed With The '90s', *Thought Catalog*, 12 december 2015, <https://thoughtcatalog.com/jacob-geers/2015/12/this-profound-tumblr-post-explains-why-90s-kids-are-endlessly-obsessed-with-the-90s/>.
- 127 Jesse Frederik, 'De wereld verandert helemaal niet sneller dan ooit', *De Correspondent*, 2015, <https://decorrespondent.nl/4067/de-wereld-verandert-helemaal-niet-sneller-dan-ooit/327534161262-fc629210>.
- 128 Reynolds, *Retromania*.
- 129 Reynolds, *Retromania*, p.365.
- 130 Reynolds, *Retromania*, p.397.
- 131 Andrew Smith, 'Josh Harris: The Warhol of the web', *The Guardian*, 4 november 2009, <https://www.theguardian.com/film/2009/nov/04/josh-harris-we-live-public>.
- 132 Lomography, 'The 10 Prophecies'.
- 133 Lomography, 'The 10 Prophecies'.
- 134 Nathan Jurgenson, 'Pics and It Didn't Happen', *The New Inquiry*, 7 februari 2013, <https://thenewinquiry.com/pics-and-it-didnt-happen/>.
- 135 Nathan Jurgenson, 'The Faux-Vintage Photo: Full Essay (Parts I, II and III)', *The Society Pages: Cyborgology*, 14 mei 2011, <https://thesocietypages.org/cyborgology/2011/05/14/the-faux-vintage-photo-full-essay-parts-i-ii-and-iii/>.
- 136 Jurgenson, 'The Faux-Vintage Photo'.
- 137 Jurgenson, 'The Faux-Vintage Photo'.
- 138 Jurgenson, 'Pics and It Didn't Happen'.
- 139 Amy Alabaster, 'Why I Think I Need to Break Up With the Internet', *Huffpost*, 20 november 2014, http://www.huffingtonpost.com/amy-alabaster/why-i-think-i-need-to-break-up-with-the-internet_b_6182090.html
- 140 Geert Lovink, *Social Media Abyss: Critical Internet Cultures and the Force of Negation*, 2016. Cambridge/Malden, MA: Polity Press, p.30.
- 141 Urbandroid Team, *Digital Detox Challenge*, <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.urbandroid.ddc&hl=nl>.
- 142 Zie: <http://digitaldetox.org/manifesto/>.
- 143 Joost de Bloois en Esther Peeren, *Kernthema's in de Literatuur- en Cultuurwetenschap*, Den Haag: Boom Lemma Uitgevers, 2010.
- 144 Wouter van Noort, 'Heeft de iPhone ons leven te snel veroverd?', *NRC Handelsblad*, 6 januari 2017, <https://www.nrc.nl/nieuws/2017/01/06/heeft-de-iphone-ons-leven-te-snel-veroverd-6100342-a1540106>.
- 145 Sarah Pike, 'How Britney Spears Inspired Me to Do a Smartphone Detox', *Huffpost*, 4 november 2015, http://www.huffingtonpost.com/entry/how-britney-spears-inspired-me-to-do-a-smartphone-detox_b_8474414.html.
- 146 Patrice Bendig, 'Lose Your Selfie in the Moment', *Huffpost*, 29 september 2015, http://www.huffingtonpost.com/entry/lose-your-selfie-in-the-moment_b_8210414.html.
- 147 Jodie Speers, 'Dropping My Phone in the Toilet Changed my Life', *News.com.au*, 18 augustus 2015, <http://www.news.com.au/lifestyle/health/mind/dropping-my-phone-in-the-toilet-changed-my-life/news-story/1aa39484ccadde3393132858dbd76c97>.
- 148 Leslie Rasmussen, 'What My Vacation From Facebook Taught Me About My Life', *Huffpost*, 24 april 2014, http://www.huffingtonpost.com/entry/screen-sense_b_5187209.html.
- 149 Meghan Holohan, '5 Ways to Digitally Detox Without too much Stress', *Today*, 2 december 2016, <http://www.today.com/health/5-smart-ways-digitally-detox-t105517>.
- 150 Bruce Brown, When too much of a good thing is too much, maybe it's time for digital detox, *Digital Trends*, 18 augustus 2016, <http://www.digitaltrends.com/mobile/electronic-device-dependency-digital-detox/>.
- 151 David Grossman, 'Digital detox – the art of switching off – Newsnight', YouTube-video geüpload door BBC Newsnight op 14 augustus 2014, <https://www.youtube.com/watch?v=0QbcG7a80Dk>.
- 152 Grey Kushnick, 'How to Keep Your Screen Addiction From Harming Your Happiness', *Huffpost*, 23 mei 2016, http://www.huffingtonpost.com/greg-kushnick-psyd/how-to-keep-your-screen-a_b_10108760.html.
- 153 Marisa Ribordy, 'Unplugging – The New Freedom', *Huffpost*, 4 augustus 2016, http://www.huffingtonpost.com/marisa-ribordy/unpluggingthe-new-freedom_b_11301426.html.
- 154 Jamie McKillop, 'How To Take Control Of Your Digital Life (And Your Real Life)', *Huffpost*, 20 april 2016, http://www.huffingtonpost.com/wellgood/how-to-take-control-of-yo_b_9742282.html.
- 155 Carly Ledbetter, 'Specialized Hotels Are Making It Easier Than Ever To Unplug', *Huffpost*, 12 augustus 2015, http://www.huffingtonpost.com/entry/unplugged-vacations_us_55c3ae72e4b0923c12bc0414.
- 156 Suzy Strutner, '11 Stunning Places Without Wi-Fi So You Can, Y'Know, Actually Enjoy The View', *Huffpost*, 9 juli 2015, http://www.huffingtonpost.com/entry/11-stunning-places-without-wi-fi-so-you-can-yknow-actually-enjoy-the-view_us_559d6d0fe4b01c2162a5b7a5.
- 157 Suzy Strutner, 'A Tech-Free Vacation Can Change Your Life, Really', *Huffpost*, 20 augustus 2014, http://www.huffingtonpost.com/2014/08/20/tech-free-vacation_n_5687903.html
- 158 Meredith Melnick, 'The Amazing Discovery I Made When My Phone Died', *Huffpost*, 2 oktober 2013, http://www.huffingtonpost.com/meredith-melnick/ditching-smartphone_b_4019078.html.

- 159 Tamsen Fadal, 'Eat, Pray and Unplug', *Huffpost*, 4 maart 2015, http://www.huffingtonpost.com/entry/eat-pray-and-unplug_b_6791200.html.
- 160 Arianna Huffington, *Thrive Global*, <https://www.thriveglobal.com/>.
- 161 Sherry Turkle, *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*, 2011. New York: Basic Books, p. 281.
- 162 Turkle, *Alone Together*, p. 159.
- 163 Sherry Turkle, *Reclaiming Conversation: the Power of Talk in a Digital Age*, 2015. New York: Penguin Press, p. 40.
- 164 Nathan Jurgenson, 'The Disconnectionists', *The New Inquiry*, 13 november 2013, <https://thenewinquiry.com/the-disconnectionists/>.
- 165 Jurgenson, 'The Disconnectionists'.
- 166 Paul Miller, 'I'm Still Here: Back Online After a Year Without the Internet', *The Verge*, 1 mei 2013, <https://www.theverge.com/2013/5/1/4279674/im-still-here-back-online-after-a-year-without-the-internet>.
- 167 Baratunde Thurston, '#Unplug: Baratunde Thurston Left the Internet for 25 Days, and You Should, Too', *Fast Company*, 17 juni 2013, <https://www.fastcompany.com/3012521/baratunde-thurston-leaves-the-internet>.
- 168 Jurgenson, 'The Disconnectionists'.
- 169 Nathan Jurgenson, 'Digital Dualism versus Augmented Reality', *The Society Pages: Cyborgology*, 24 februari 2011, <https://thesocietypages.org/cyborgology/2011/02/24/digital-dualism-versus-augmented-reality/>.
- 170 Nathan Jurgenson, 'The IRL Fetish', *The New Inquiry*, 28 juni 2012, <https://thenewinquiry.com/the-irl-fetish/>.
- 171 Nathan Jurgenson, 'Fear of Screens', *The New Inquiry*, 25 januari 2016, <https://thenewinquiry.com/fear-of-screens/>.
- 172 Jurgenson, 'Fear of Screens'.
- 173 Jurgenson, 'Fear of Screens'.
- 174 Jurgenson, 'Fear of Screens'.
- 175 Albert Benschop, Virtual Communities: www.sociosite.org/network.php, in Lovink, *Social Media Abyss*, p. 19.
- 176 Kenneth Goldsmith, *Wasting Time on the Internet*, New York: HarperCollins Publishers, 2016, p. 82.
- 177 Jurgenson, 'The IRL Fetish'.
- 178 Jurgenson, 'The IRL Fetish'.
- 179 Jurgenson, 'The IRL Fetish'.
- 180 'Koert van Mensvoort' *White Spots App*, 2016. Productie: Richard Vijgen/VPRO Digitaal, concept en ontwikkeling: Richard Vijgen, Bregtje van der Haak, Jacqueline Hassink, film: Bregtje van der Haak, <https://vimeo.com/171593618>.
- 181 Internet World Stats, basis: 3.835.498.274 internet gebruikers op 30 juni 2017. Miniwatts Marketing Group, <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>.
- 182 Jeroen van Loon, *Life Needs Internet*, 2014 – heden, 'Ghinwa from Lebanon 09.01.2014', <http://www.lifeneedsinternet.com/letters/>.
- 183 Van Loon, *Life Needs Internet*, 'Alloysius from Ghana 08.01.2014'.
- 184 Lovink, *Social Media Abyss*, p. 54.
- 185 Cramer, 'What is 'Post-digital'?'
- 186 Project KOVR, <http://www.projectkovr.com/>.
- 187 Project KOVR.
- 188 Janita Naaijer, 'Informatie-ontwerper Richard Vijgen: "Digitaal detoxen? Dat kan alleen nog op de Veluwe"', *de Volkskrant*, 2 mei 2016, <https://www.volkskrant.nl/opinie/informatie-ontwerper-richard-vijgen-digitaal-detoxen-dat-kan-alleen-nog-op-de-veluwe~a4293360/>.

- 189 Andrew Keen, *Digital Vertigo: How Today's Online Social Revolution is Dividing, Diminishing, and Disorienting Us*. New York: St. Martin's Press, 2012, p. 76.
- 190 Aral Balkan, 'Beware of geeks bearing gifts', 21 augustus 2013, <https://ar.al/notes/beware-of-geeks-bearing-gifts/>.
- 191 Van Noort, 'Heeft de iPhone ons leven te snel veroverd?'.
- 192 Miller, 'I'm Still Here'.
- 193 Lovink, *Social Media Abyss*, p. 143.
- 194 McLuhan, *Understanding Media*.
- 195 Geert Lovink in Tegenlicht Meet Up: Offline als Luxe, Pakhuis de Zwijger, Amsterdam, 11 mei 2016, <https://dezwijger.nl/programma/tegenlicht-76>.
- 196 'Geert Lovink', *White Spots App*, 2016. Productie: Richard Vijgen/VPRO Digitaal, concept en ontwikkeling: Richard Vijgen, Bregtje van der Haak, Jacqueline Hassink, film: Bregtje van der Haak, <https://vimeo.com/171593621>.
- 197 Jurgenson, 'Fear of Screens'.
- 198 Geert Lovink, 'The Network Society and its Reality Romantics: Hubert L. Dreyfus – On the Internet. A Review', *Telepolis*, 18 april 2002, <https://www.heise.de/tp/features/The-Network-Society-and-its-Reality-Romantics-3424879.html>.
- 199 Lovink, *Social Media Abyss*, p. 33.
- 200 @glovink, 'We need vital memes for tomorrow to survive. Bring them on. No retro. We're longing for them: never-seen weirdness that explores the unknown', Twitter bericht, 14 januari 2017, 10:50, <https://twitter.com/glovink/status/820387680257212416>.
- 201 Howard Rheingold, *Net Smart: How to Thrive Online*. Cambridge & Londen: The MIT Press, 2012, p. 247.
- 202 Nick Bilton, 'Steve Jobs Was a Low-Tech Parent', *The New York Times*, 10 september 2014, <https://www.nytimes.com/2014/09/11/fashion/steve-jobs-apple-was-a-low-tech-parent.html?mcubz=3>.
- 203 'Geert Lovink', *White Spots App*.
- 204 Miriam Rasch, *Zwemmen in de Oceaan: Berichten uit een Postdigitale Wereld*. Amsterdam: De Bezige Bij, 2017, p. 110.
- 205 Miriam Rasch, *Zwemmen in de Oceaan*, p. 111.
- 206 Hartmut Rosa, *Leven in Tijden van Versnelling: Een Pleidooi voor Resonantie*, vertaler: Huub Stegeman. Amsterdam: Boom, 2016 (2013).
- 207 The School of Life, 'Stop Focusing - the benefits of distraction', 21 september 2017, Amsterdam, <https://www.theschooloflife.com/amsterdam/programma/special-events/stop-focusing-the-benefits-of-distracton/>.
- 208 Lovink, *Social Media Abyss*, p. 11.
- 209 Lovink, *Social Media Abyss*, p. 10.
- 210 Melissa Broder, *SO SAD TODAY: Personal Essays*, New York: Grand Central Publishing, 2016, p. 74.
- 211 Jurgenson, 'Fear of Screens'.

Bronnen

- @furtherfield, "The mainstream art world waited to utter the term "Internet art" until they could safely add the prefix "post-" to it" @jonippolito', Twitter bericht, 12 december 2016, 11:21, <https://twitter.com/furtherfield/status/808255499078684672>.
- @glovink, 'We need vital memes for tomorrow to survive. Bring them on. No retro. We're longing for them: never-seen weirdness that explores the unknown', Twitter bericht, 14 januari 2017, 10:50, <https://twitter.com/glovink/status/820387680257212416>.
- @kg_ubu, 'Everything in the world exists in order to end up on the web', Twitterbericht, 25 mei 2017, 02:28, https://twitter.com/kg_ubu/status/867537902825345024.
- @kg_ubu, 'Everything on the web exists in order to end up in the world', Twitterbericht, 25 mei 2017, 02:32, https://twitter.com/kg_ubu/status/867538761189556225.
- @rgrusin, 'The "new aesthetic" is just the latest name for remediation, all dressed up with nowhere to go. #newaesthetic', Twitterbericht, 14 april 2012, <https://twitter.com/rgrusin/status/192622844860047361>.
- Alabaster, A. 'Why I Think I Need to Break Up With the Internet', *Huffpost*, 20 november 2014, http://www.huffingtonpost.com/amy-alabaster/why-i-think-i-need-to-break-up-with-the-internet_b_6182090.html.
- Andersen, K. 'You Say You Want a Devolution?', *Vanity Fair*, januari 2011, <http://www.vanityfair.com/style/2012/01/prisoners-of-style-201201>.
- Anderson, C. *The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More*. New York: Hachette Books, 2006.
- Andrews, I. 'Post-digital Aesthetics and the Return to Modernism', 2000, <http://www.ian-andrews.org/texts/postdig.html>.
- Arnall, T. 'Internet Machine', 13 mei 2014, <http://www.elasticspace.com/2014/05/internet-machine>.
- Balkan, A. 'Beware of geeks bearing gifts', 21 augustus 2013, <https://ar.al/notes/beware-of-geeks-bearing-gifts/>.
- Basar, S., Coupland, D. en Ulrich Orbist, H. *The Age of Earthquakes: A Guide to the Extreme Present*, 2015.
- Baudrillard, J. *Simulacra and Simulation*, vert. Sheila Faria Glaser, Ann Arbor: The University of Michigan Press, 2010 (1981).
- Bendig, P. 'Lose Your Selfie in the Moment', *Huffpost*, 29 september 2015, http://www.huffingtonpost.com/entry/lose-your-selfie-in-the-moment_b_8210414.html.
- Benjamin, W. *Het kunstwerk in het tijdperk van zijn technische reproduceerbaarheid*, vert. Henk Hoeks, Nijmegen: Sun, 1996 (1985).
- Benschop, A. Virtual Communities: www.sociosite.org/network.php. In Lovink, *Social Media Abyss*.
- Berger, L. 'Kunstenaar Zach Blas laat zien dat surveillance meer op het spel zet dan alleen onze privacy', *De Correspondent*, 9 december 2014, <https://decorrespondent.nl/2176/kunstenaar-zach-blas-laait-zien-dat-surveillance-meer-op-het-spel-zet-dan-alleen-onze-privacy/281782371200-1b4076f7>.

- Berry, D. M., Van Dartel, M., Dieter, M., Kasprzak, M. Muller, N. O'Reilly, R. en De Vicente, J.L. *New Aesthetic New Anxieties*. Rotterdam: V2_, 2012, <http://www.v2.nl/publishing/new-aesthetic-new-anxieties>.
- Bilton, N. 'Steve Jobs Was a Low-Tech Parent', *The New York Times*, 10 september 2014, <https://www.nytimes.com/2014/09/11/fashion/steve-jobs-apple-was-a-low-tech-parent.html?mcubz=3>.
- Bogost, I. 'The New Aesthetic Needs to Get Weirder', *The Atlantic*, 13 april 2012, <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/04/the-new-aesthetic-needs-to-get-weirder/255838/>.
- Bogost, I. 'What is Object-Oriented Ontology? A Definition for Ordinary Folk', Ian Bogost: Writings, 8 december 2009, http://bogost.com/writing/blog/what_is_objectoriented_ontology/.
- Bogost, I. *Alien Phenomenology, or What it's Like to be a Thing*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2012.
- Bolter, J. D. en Grusin, R. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge & London: MIT Press, 1999.
- Borenstein, G. 'What it's Like to Be a 21st Century Thing', in The Creators Project Staff, *In Response To Bruce Sterling's "Essay On The New Aesthetic"*, 6 april 2012, https://creators.vice.com/en_uk/article/eza9xa/in-response-to-bruce-sterlings-essay-on-the-new-aesthetic.
- Bosma, J. *Nettitudes: Let's Talk Net Art*. Rotterdam: NAI Publishers, Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2011.
- Bridle, J. 'Rainbow Plane 002: Kiev', *booktwo.org*, 29 oktober 2014, <https://booktwo.org/notebook/rainbow-plane-002-kiev/>.
- Bridle, J. 'About', *The New Aesthetic*, <http://new-aesthetic.tumblr.com/about>.
- Bridle, J. 'The New Aesthetic and its Politics', *booktwo.org*, 12 juni 2013, <http://booktwo.org/notebook/new-aesthetic-politics/>.
- Bridle, J. 'Waving at the Machines', Web Directions South, Sydney, 22-25 oktober 2013, <https://www.webdirections.org/resources/james-bridle-waving-at-the-machines/>.
- Broder, M. *SO SAD TODAY: Personal Essays*, New York: Grand Central Publishing, 2016.
- Brown, B. 'When too much of a good thing is too much, maybe it's time for digital detox', *Digital Trends*, 18 augustus 2016, <http://www.digitaltrends.com/mobile/electronic-device-dependency-digital-detox/>.
- Bühler, M. (red.). *No Internet, No Art: A Lunch Bytes Anthology*. Eindhoven: Onomatopoe, 2015.
- Carr, N. *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*, New York, W.W. Norton & Company, 2014.
- Cascone, Kim. 'The Aesthetics of Failure: "Post-Digital" Tendencies in Contemporary Computer Music.', *Computer Music Journal*, 24.4, 2000.
- Catt, R. D. 'Why the New Aesthetic isn't about 8bit retro, the Robot Readable World, computer vision and pirates', <https://revdancatt.com/2012/04/07/why-the-new-aesthetic-isnt-about-8bit-retro-the-robot-readable-world-computer-vision-and-pirates/>.
- Centraal Bureau voor de Statistiek, 'Acht procent van de Nederlanders nooit op internet', CBS, 3 juni 2016, <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2016/22/acht-procent-van-de-nederlanders-nooit-op-internet>.
- Cloninger, C. 'Manifesto for a Theory of the "New Aesthetic"', *Mute*, 3 oktober 2012, <http://www.metamute.org/editorial/articles/manifesto-theory-%E2%80%99new-aesthetic%E2%80%99>.

- Cornell, L. 'Net results: Closing the gap between art and life online', *Timeout*, 9 februari 2006, <https://www.timeout.com/newyork/art/net-results>.
- Cousijn, M. 'Rondleiding: Surf mee langs de beste internetkunst', *De Correspondent*, 30 september 2015, <https://decorrespondent.nl/3427/rondleiding-surf-mee-langs-de-beste-internetkunst/443781335525-a74ce1ef>.
- Cramer, F. 'What is 'Post-digital'?', *A Peer-Reviewed Journal About Post-Digital Research*, 2014, <http://www.aprja.net/what-is-post-digital/>.
- De Bloois, J. en Peeren, E. *Kernthema's in de Literatuur- en Cultuurwetenschap*, Den Haag: Boom Lemma Uitgevers, 2010.
- De Mul, J. 'Dataïsme. Het kunstwerk in het tijdperk van zijn digitale recombineerbaarheid', 21 augustus 2012, <http://www.demul.nl/nl/publicaties/publicaties-per-categorie/boekbijdragen/item/1548-dataïsme-het-kunstwerk-in-het-tijdperk-van-zijn-digitale-recombineerbaarheid>.
- De Mul, J. *Cyberspace Odyssee*. Kampen: Uitgeverij Klement, 2004.
- Debatty, R. 'Interview with Marisa Olson', *We Make Money Not Art*, 28 maart 2008, http://we-make-money-not-art.com/how_does_one_become_marisa/.
- Digital Detox, <http://digitaldetox.org/manifesto/>.
- Driel, van H. *Beeldcultuur*. Amsterdam: Boom, 2004.
- Droitcour, B. 'Why I Hate Post-Internet Art', 31 maart 2014, <https://culturetwo.wordpress.com/2014/03/31/why-i-hate-post-internet-art/>.
- Dullaart, C. in Archey, K. en Peckham, R. *Art PostInternet: INFORMATION/DATA*, tentoonstellingscatalogus. Beijing: Ullens Center for Contemporary Art, 2014. Beschikbaar op: <http://post-inter.net/>.
- Fadal, T. 'Eat, Pray and Unplug', *Huffpost*, 4 maart 2015, http://www.huffingtonpost.com/entry/eat-pray-and-unplug_b_6791200.html.
- Flusser, V. *Een filosofie van de fotografie*. Utrecht: Uitgeverij IJzer, 2007.
- Frederik, J. 'De wereld verandert helemaal niet sneller dan ooit', *De Correspondent*, 2015, <https://decorrespondent.nl/4067/de-wereld-verandert-helemaal-niet-sneller-dan-ooit/327534161262-fc629210>.
- Geers, J. 'This Profound Tumblr Post Explains Why '90s Kids Are Endlessly Obsessed With The '90s', *Thought Catalog*, 12 december 2015, <http://thoughtcatalog.com/jacob-geers/2015/12/this-profound-tumblr-post-explains-why-90s-kids-are-endlessly-obsessed-with-the-90s/>.
- 'Geert Lovink', *White Spots App*, 2016. Productie: Richard Vijgen/VPRO Digitaal, concept en ontwikkeling: Richard Vijgen, Bregtje van der Haak, Jacqueline Hassink, film: Bregtje van der Haak, <https://vimeo.com/171593621>.
- Gerritsen, M. en Prod'hom, C. 'The Border Area, in Lidewij Edelkoort, *The Pop-Up Generation: Design Between Dimensions*, Amsterdam: BIS Publishers, 2012.
- Godard, J. L. (reg.) *Le Petit Soldat*, 1963, beschikbaar op: <https://www.youtube.com/watch?v=9Mtvtr0NUWbg>.
- Goldsmith, K. *Uncreative Writing: Managing Language in the Digital Age*. New York: Columbia UP, 2011.
- Goldsmith, K. *Wasting Time on the Internet*, New York: HarperCollins Publishers, 2016.
- Grossman, D. 'Digital detox – the art of switching off – Newsnight', YouTube-video geüpload door BBC Newsnight op 14 augustus 2014, <https://www.youtube.com/watch?v=0QbcG7a8ODk>.
- Harper, A. 'Comment: Vaporwave and the pop-art of the virtual plaza', *Dummy*, 7 december 2012, <http://www.dummymag.com/features/adam-harper-vaporwave>.

- Holohan, M. '5 Ways to Digitally Detox Without too much Stress', *Today*, 2 december 2016, <http://www.today.com/health/5-smart-ways-digitally-detox-t105517>.
- Huet, J. 'New Iconographies: The Museum Of Internet', *Sleek*, 19 februari 2015, <http://www.sleek-mag.com/2015/02/19/museum-of-internet-new-iconographies/>.
- Huffington, A. *Thrive Global*, <https://www.thriveglobal.com/>.
- Internet World Stats, basis: 3.835.498.274 internetgebruikers op 30 juni 2017.
- Miniwatts Marketing Group, <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>.
- Jameson, F. *Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism*. Londen/New York: Verso, 1991.
- Jennifer, N. 'These Digital Paintings Are Wired for Success – Literally', *Creators*, 19 april 2016, https://creators.vice.com/en_us/article/3d5evw/digital-paintings-wired-for-success.
- Jessel, M. 'Remix Culture: Rethinking What We Call Original Content', *Marketing Land*, 30 april 2013, <http://marketingland.com/remix-culture-rethinking-what-we-call-original-content-41791>.
- Joris Laarman Lab, 'Digital Matter (2011)', <http://www.jorislaarman.com/work/digital-matter/>.
- Jow, T. 'Craft Service', *Modernluxury.com*, juli 2012.
- Jurgenson, N. 'The Disconnectionists', *The New Inquiry*, 13 november 2013, <https://thenewinquiry.com/the-disconnectionists/>.
- Jurgenson, N. 'Digital Dualism versus Augmented Reality', *The Society Pages: Cyborgology*, 24 februari 2011, <https://thesocietypages.org/cyborgology/2011/02/24/digital-dualism-versus-augmented-reality/>.
- Jurgenson, N. 'Fear of Screens', *The New Inquiry*, 25 januari 2016, <https://thenewinquiry.com/fear-of-screens/>.
- Jurgenson, N. 'Pics and It Didn't Happen', *The New Inquiry*, 7 februari 2013, <https://thenewinquiry.com/pics-and-it-didnt-happen/>.
- Jurgenson, N. 'The Faux-Vintage Photo: Full Essay (Parts I, II and III)', *The Society Pages: Cyborgology*, 14 mei 2011, <https://thesocietypages.org/cyborgology/2011/05/14/the-faux-vintage-photo-full-essay-parts-i-ii-and-iii/>.
- Jurgenson, N. 'The IRL Fetish', *The New Inquiry*, 28 juni 2012, <https://thenewinquiry.com/the-irl-fetish/>.
- Keeken, van C. "'Er valt vaak niet met millennials te werken'", *NRC Handelsblad*, 9 maart 2017, <https://www.nrc.nl/nieuws/2017/03/09/er-valt-vaak-niet-met-ze-te-werken-7154877-a1549399>.
- Keen, A. *Digital Vertigo: How Today's Online Social Revolution is Dividing, Diminishing, and Disorienting Us*. New York: St. Martin's Press, 2012.
- 'Koert van Mensvoort' *White Spots App*, 2016. Productie: Vijgen, R./VPRO Digitaal, concept en ontwikkeling: Vijgen, R., Van der Haak, B., Hassink, J., film: Van der Haak, B. <https://vimeo.com/171593618>.
- Krauss, R., *A Voyage on the North Sea: Art in the Age of the Post-Medium Condition*. Londen: Thames and Hudson, 1999.
- Kushnick, G. 'How to Keep Your Screen Addiction From Harming Your Happiness', *Huffpost*, 23 mei 2016, http://www.huffingtonpost.com/greg-kushnick-psyd/how-to-keep-your-screen-a_b_10108760.html.
- Kwastek, K. 'How to Be Theorized: A Tediously Academic Essay on the New Aesthetic', in Berry, D. M. en Dieter, M. (red.) *Postdigital Aesthetics: Art, Computation and Design*, Hampshire en New York: Palgrave Macmillan, 2015, pp.72–85.
- Lanier, J. *You Are Not a Gadget: A Manifesto*, New York: Penguin Press, 2010.

- Lanier, J. *Who Owns the Future?* Londen, Penguin Books, 2013.
- Ledbetter, C. 'Specialized Hotels Are Making It Easier Than Ever To Unplug', *Huffpost*, 12 augustus 2015, http://www.huffingtonpost.com/entry/unplugged-vacations_us_55c3ae72e4b0923c12bc0414.
- Lhoog, M. 'Is Vaporwave The Next Seapunk?', *Thump*, 28 december 2013, https://thump.vice.com/en_ca/article/3de8mb/is-vaporwave-the-next-seapunk.
- Lialina, O. 'Not Art&Tech: On the role of Media Theory at Universities of Applied Art, Technology and Art and Technology', Universität für angewandte Kunst Wien, november 2015, <http://contemporary-home-computing.org/art-and-tech/not/>.
- Lomography, 'The 10 Prophecies', <http://microsites.lomography.com/prophecies/the-10-prophecies>.
- Loon, van J. 'Ghinwa from Lebanon 09.01.2014', *Life Needs Internet*, 2014 – heden, <http://www.lifeneedsinternet.com/letters/>.
- Lovink, G. in 'Tegenlicht Meet Up: Offline als Luxe', Pakhuis de Zwijger, Amsterdam, 11 mei 2016, <https://dezwijger.nl/programma/tegenlicht-76>.
- Lovink, G. 'The Network Society and its Reality Romantics: Hubert L. Dreyfus – On the Internet. A Review', *Telepolis*, 18 april 2002, <https://www.heise.de/tp/features/The-Network-Society-and-its-Reality-Romantics-3424879.html>.
- Lovink, G. *Social Media Abyss: Critical Internet Cultures and the Force of Negation*, Cambridge en Malden: Polity Press, 2016.
- Lupovich, M. 'Vaporwave: A Brief History', YouTube-video geüpload door Wolf- op 10 juni 2015, <https://www.youtube.com/watch?v=PdpP0mXOIWM>.
- Marx, K. en Engels, F. 'Het Communistisch Manifest', vert. Herman Gorter, Amsterdam: Pegasus, 2003 (1848). Beschikbaar op: <https://www.marxists.org/nederlands/marx-engels/1848/manifest/cm.pdf>.
- McHugh, G. *Post Internet: Notes on the Internet and Art 12.29.09>09.05.10*. Brescia: Link Editions, 2011.
- McKillop, J. 'How To Take Control Of Your Digital Life (And Your Real Life)', *Huffpost*, 20 april 2016, http://www.huffingtonpost.com/wellgood/how-to-take-control-of-yo_b_9742282.html.
- McLuhan, M. *Understanding Media: The Extensions of Man*, Cambridge: The MIT Press, 1999 (1964).
- Meer, van a. *I Would Rather Design a Poster than a Website*, Rotterdam: Willem de Kooning Academy, 2012–2013. Geciteerd in Cramer, F. 'What is 'Post-digital'?'.
- Melnick, M. 'The Amazing Discovery I Made When My Phone Died', *Huffpost*, 2 oktober 2013, http://www.huffingtonpost.com/meredith-melnick/ditching-smartphone_b_4019078.html.
- Menkman, R. *The Glitch Moment(um)*. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2011.
- Miller, P. 'I'm Still Here: Back Online After a Year Without the Internet', *The Verge*, 1 mei 2013, <https://www.theverge.com/2013/5/1/4279674/im-still-here-back-online-after-a-year-without-the-internet>.
- Morozov, E. *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*. New York: The Perseus Books Group, 2011.
- Naaijer, J. 'Informatie-ontwerper Richard Vijgen: "Digitaal detoxen? Dat kan alleen nog op de Veluwe"', *de Volkskrant*, 2 mei 2016, <https://www.volkskrant.nl/opinie/informatie-ontwerper-richard-vijgen-digitaal-detoxen-dat-kan-alleen-nog-op-de-veluwe~a4293360/>.

- Negroponte, N. 'Beyond Digital', *Wired blog*, 12 januari 1998, <https://www.wired.com/1998/12/negroponte-55/>.
- Noort, van W. 'Heeft de iPhone ons leven te snel veroverd?', *NRC Handelsblad*, 6 januari 2017, <https://www.nrc.nl/nieuws/2017/01/06/heeft-de-iphone-ons-leven-te-snel-veroverd-6100342-a1540106>.
- Norman, D. 'Why Interfaces Don't Work', in Brenda Laurel (red.) *The Art of Human-Computer Interface Design*, Boston: Addison-Wesley Longman Publishing Co., Inc., 1990.
- Palop, B. 'Step Inside "The Garden of Emoji Delights"', *Creators*, 25 oktober 2014, https://creators.vice.com/en_us/article/53w39a/step-inside-the-garden-of-emoji-delights.
- Pearson, J. 'How Tumblr and MTV Killed the Neon Anti-Corporate Aesthetic of Vaporwave', *Motherboard*, 26 juni 2015, <http://motherboard.vice.com/read/tumblr-and-mtv-killed-vaporwave>.
- Petty, F. 'How Post-Internet Art Went Mainstream', *i-d*, 23 december 2014, https://i-d.vice.com/en_uk/article/mbebvx/how-post-internet-art-went-mainstream.
- Pike, S. 'How Britney Spears Inspired Me to Do a Smartphone Detox', *Huffpost*, 4 november 2015, http://www.huffingtonpost.com/entry/how-britney-spears-inspired-me-to-do-a-smartphone-detox_b_8474414.html.
- Project KOVR, <http://www.projectkovr.com/>.
- Puschak, E. 'How Art Can Transform the Internet', YouTube-video geüpload door Nerdwriter1 op 6 januari 2016, <https://www.youtube.com/watch?v=783hwpJTjlo>.
- Quaranta, D. 'Collect the WWWorld: The Artist as Archivist in the Internet Age', in Quaranta, D. (red.), *Collect the WWWorld: The Artist as Archivist in the Internet Age*, exhibition catalogue. Brescia: LINK Editions, 2011.
- Quaranta, D. 'Internet Landscapes: A Journey in Space and Time', in Evan Roth *Kites & Websites*, Stockholm/Ljubljana: Belenius/Nordenhake & Aksioma, Institute for Contemporary Art, 2016. Beschikbaar op http://aksioma.org/pdf/Kites&Websites_Evan-Roth_BeleniusNordenhake_Aksioma.pdf.
- Quaranta, D. 'Situating PostInternet', The International symposium, Rotterdam, 22–23 mei 2015, <http://www.showroommama.nl/nl/projecten/702/The-International/>.
- Rasch, M. *Zwemmen in de Oceaan: Berichten uit een Postdigitale Wereld*. Amsterdam: De Bezige Bij, 2017.
- Rasmussen, L. 'What My Vacation From Facebook Taught Me About My Life', *Huffpost*, 24 april 2014, http://www.huffingtonpost.com/entry/screen-sense_b_5187209.html.
- Reynolds, S. *Retromania: Pop Culture's Addiction to its Own Past*, Londen: Faber and Faber Ltd, 2011.
- Rheingold, H. *Net Smart: How to Thrive Online*. Cambridge & Londen: The MIT Press, 2012.
- Ribordy, M. 'Unplugging – The New Freedom', *Huffpost*, 4 augustus 2016, http://www.huffingtonpost.com/marisa-ribordy/unpluggingthe-new-freedom_b_11301426.html.
- Dawkins, R. *The Selfish Gene*, Oxford: Oxford University Press, 2006 (1976).
- Rieter, O. 'Tradities, Nostalgie en Beeld(ver)vorming', *Volkskunde* 3–4 (2009): 323–335.
- Roestenburg, N. 'INTERVIEW | Olia Lialina, 20 years MBCBFTW', *Post-Digital blog*, 25 februari 2016, <http://networkcultures.org/postdigital/2016/02/25/interview-olia-lialina-20-years-mbcbftw/>.

- Roestenburg, N. 'INTERVIEW | Lindsay Howard, Temporary Highs', *Post-digital blog*, 25 juli 2016, <http://networkcultures.org/postdigital/2016/07/25/interview-lindsay-howard-temporary-highs/>.
- Roet, L. 'Jennifer in Paradise: Het verhaal van de eerste gefotoshopte foto ooit', *Creators*, 15 maart 2016, <https://creators.vice.com/nl/article/ypqjgw/jennifer-in-paradise-het-verhaal-van-de-eerste-gefotoshopte-foto-ooit>.
- Roose, K. 'Netflix and chill': the complete history of a viral sex catchphrase', *Splinter*, 27 augustus 2015, <http://splinternews.com/netflix-and-chill-the-complete-history-of-a-viral-sex-1793850444>.
- Rosa, H. *Leven in Tijden van Versnelling: Een Pleidooi voor Resonantie*, vertaler: Huub Stegeman. Amsterdam: Boom, 2016 (2013).
- Rozendaal, R. 'Complex Computational Compositions at Upstream Gallery', 2016, <http://www.newrafael.com/complex-computational-compositions/>.
- Rozendaal, R. 'Why the internet is a good place for art', <http://www.newrafael.com/why-the-internet-is-a-good-place-for-art/>.
- Rushkoff, D. *Program or be Programmed: Ten Commands for a Digital Age*, New York, O/R Books, 2010.
- Rushkoff, D. *Throwing Rocks at the Google Bus: How Growth Became the Enemy of Prosperity*, Londen: Penguin Random House UK, 2016.
- Rushkoff, D. *Present Shock: When Everything Happens Now*, New York: Penguin Press, 2013.
- Salditch, Z. 'Artist Profile: Clement Valla', *Rhizome*, 3 januari 2012, <http://rhizome.org/editorial/2012/jan/3/artist-profile-clement-valla/>.
- Sinek, S. 'Simon Sinek on Millennials in the Workplace', YouTube-video geüpload door David Crossman op 29 oktober 2016, <https://www.youtube.com/watch?v=HER0Qp6QJNU>.
- Smith, A. 'Josh Harris: The Warhol of the web', *The Guardian*, 4 november 2009, <https://www.theguardian.com/film/2009/nov/04/josh-harris-we-live-public>.
- Speers, J. 'Dropping My Phone in the Toilet Changed my Life', *News.com.au*, 18 augustus 2015, <http://www.news.com.au/lifestyle/health/mind/dropping-my-phone-in-the-toilet-changed-my-life/news-story/1aa39484ccadde3393132858dbd76c97>.
- Sterling, B. 'An Essay on the New Aesthetic', *Wired*, 2 april 2012, http://www.wired.com/beyond_the_beyond/2012/04/an-essay-on-the-new-aesthetic/.
- Stoppelenberg, J. 'Deze generatie verdient een bitchslap', *Z magazine*, mei 2017, <http://www.rtlz.nl/z-magazine/2017/z-magazine-mei-2017#2422061>.
- Storey, J. *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. Harlow: Pearson Education Ltd., 2009.
- STRP, 'Liam Young (AU): In The Robot Skies', STRP Biënnale 2017, <https://strp.nl/program/liam-young/>.
- Strutner, S. '11 Stunning Places Without Wi-Fi So You Can, Y'Know, Actually Enjoy The View', *Huffpost*, 9 juli 2015, http://www.huffingtonpost.com/entry/11-stunning-places-without-wi-fi-so-you-can-yknow-actually-enjoy-the-view_us_559d6d0fe4b01c2162a5b7a5.
- Strutner, S. 'A Tech-Free Vacation Can Change Your Life, Really', *Huffpost*, 20 augustus 2014, http://www.huffingtonpost.com/2014/08/20/tech-free-vacation_n_5687903.html.
- Thurston, B. '#Unplug: Baratunde Thurston Left the Internet for 25 Days, and You Should, Too', *Fast Company*, 17 juni 2013, <https://www.fastcompany.com/3012521/baratunde-thurston-leaves-the-internet>.

- Timoner, O. (reg.), *We Live in Public*, New York: IndiePix Films, 2009.
- Troemel, B en Citeralla, J. 'Uv talking point memo', 2016, ongepubliceerd document ontvangen per e-mail van Brad Troemel op 21 mei 2016.
- Troemel, B. *Peer Pressure: Essays on the Internet by an Artist on the Internet*. Brescia: LINK Editions, 2011.
- Tsui, B. 'Digital Sculptures Inspired by Atari's Pitfall', *Wired*, 29 mei 2012, <https://www.wired.com/2012/05/pixel-sculpture/>.
- Turkle, S. *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*, New York: Basic Books, 2011.
- Turkle, S. *Reclaiming Conversation: the Power of Talk in a Digital Age*, New York: Penguin Press, 2015.
- Uitham, R. 'Generatie XYZ: wie zijn dat eigenlijk?', *Intermediair blog*, 17 november 2012, <http://www.intermediair.nl/carriere/door groeien/carriere-ontwikkeling/generatie-xyz-wie-zijn-dat-eigenlijk>.
- Urbandroid Team, *Digital Detox Challenge*, <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.urbandroid.ddc&hl=nl>.
- Valla, C. 'The Universal Texture', *Rhizome*, 31 juli 2012, <http://rhizome.org/editorial/2012/jul/31/universal-texture/#notes>.
- Vierkant, A. 'The Image Object Post-Internet', 2010, http://jstchillin.org/artie/pdf/The_Image_Object_Post-Internet_us.pdf.
- Vos, L. "'Internetkunst is aan erosie onderhevig": Interview Jan Robert Leegte', *NRC Handelsblad*, 15 september 2016, <https://www.nrc.nl/nieuws/2016/09/15/internetkunst-is-aan-erosie-onderhevig-4300194-a1521775>.
- Walker, R. 'Questions About "The New Aesthetic"', *Design Observer*, 1 november 2011, <http://designobserver.com/article.php?id=30878>.
- Wikipedia, 'Esthetica', <https://nl.wikipedia.org/wiki/Esthetica>.
- Zee, van der R. 'De pampergeneratie: verwend, gekoesterd en daardoor dóodongelukkig', *HP de Tijd*, 8 maart 2016, <http://www.hpdetijd.nl/2016-03-08/de-pampergeneratie-verwend-gekoesterd-en-daardoor-doodongelukkig/>.

Afbeeldingsbronnen

- 1 Kenneth Tin-Kin Hung,
www.11.com.
- 2 Nadine Roestenburg, 1996.
- 3 James E. OBrien, ‘History of the Microsoft Windows Desktop’
7 september 2012
<http://obrienpc.net/history-of-the-microsoft-windows-desktop/>.
- 4 Planet Internet, ‘Moderne technieken’, 2005, YouTube-video geüpload door LoweDraftFCB op 12 juni 2009,
<https://www.youtube.com/watch?v=jsdzQY-k73E>.
- 5 Elago, Apple Watch Vintage Stand – White, <http://www.elagostore.eu/>.
- 6 Bron onbekend.
- 7 JODI, www.jodi.org, 1995.
- 8 JODI, www.jodi.org, 1995,
<http://www.jodi.org/100cc/hqx/i904.html>.
- 9 Olia Lialina, *My Boyfriend Came Back From the War*, 1996,
<http://www.teleportacia.org/>.

- 10 Guthrie Lonergan, *My Burger Came Back from the War*, 2012, <http://www.theageofmammals.com/burgers/>.
- 11 Foundland Collective, *Baby Come Home*, 8 minuten, video still, in opdracht van MU, Eindhoven, 2016.
- 12 Idem.
- 13 Alexei Shulgin, 'Net.Art – the origin', via Nettime mailinglijst, 18 maart 1997, <http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-l-9703/msg00094.html>.
- 14 Google-zoekresultaten 'the cloud', 19 augustus 2017, https://www.google.nl/search?q=the+cloud&safe=off&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKE-wix3ba0heTVAhWqL8AKHawID00Q_AUICigB&biw=1924&bih=1006.
- 15 Timo Arnall, *Internet Machine*, 2014. Geproduceerd door Timo Arnall, Centre de Cultura Contemporània de Barcelona – CCCB, en Fundación Telefónica. Met dank aan José Luis de Vicente, Olga Subiros, Cira Pérez en María Paula Baylac, <http://www.elasticspace.com/2014/05/Internet-machine>.
- 16 Idem.
- 17 Idem.
- 18 Idem.
- 19 Barrett Lyon, The Opte Project, *The Internet 2003*, 22 november 2003, <http://www.opte.org/the-internet/>.
- 20 Barrett Lyon, The Opte Project, *The Internet 2010*, 22 november 2010, <http://www.opte.org/the-internet/>.
- 21 Barrett Lyon, The Opte Project, *The Internet 2015*, 11 juli 2015, <http://www.opte.org/the-internet/>.
- 22 Olia Lialina & Dragan Espenschied, *One Terabyte of Kilobyte Age*, 31 augustus 2013, <http://oneterabyteofkilobyteage.tumblr.com/post/59893651865/original-url>.
- 23 Olia Lialina & Dragan Espenschied, *One Terabyte of Kilobyte Age*, 21 mei 2015, <http://oneterabyteofkilobyteage.tumblr.com/post/119528071109/original-url>.
- 24 Olia Lialina & Dragan Espenschied, *One Terabyte of Kilobyte Age*, 31 oktober 2016, <http://oneterabyteofkilobyteage.tumblr.com/post/152538814709/original-url>.
- 25 Olia Lialina & Dragan Espenschied, *One Terabyte of Kilobyte Age*, 30 juni 2014, <http://oneterabyteofkilobyteage.tumblr.com/post/90315970069/original-url>.
- 26 Olia Lialina & Dragan Espenschied, *One Terabyte of Kilobyte Age*, 19 januari 2017, <http://oneterabyteofkilobyteage.tumblr.com/post/156084128259/original-url>.
- 27 Jeroen van Loon, *An Internet*, 2016. Foto: Gert Jan van Rooij, 'Beyond Data', Centraal Museum, Utrecht, 2016.
- 28 Idem.
- 29 Google-zoekresultaten 'postinternet', 19 augustus 2017, https://www.google.nl/search?q=postinternet&safe=off&authuser=1&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj2rKX7h-TVAhWHLFAKHTJDCg8Q_AUICigB&biw=1924&bih=1006.
- 30 Kim Jong-Il Looking at Things, 2010–2012, <http://kimjongilllookingatthings.tumblr.com/>.
- 31 Austin Radcliffe, *Things Organized Neatly*, 13 augustus 2017. Foto: Dwight Eschliman, <http://thingsorganizedneatly.tumblr.com/post/164139983394/dwight-eschliman>.

- 32 Krissy Wilson, *The Art of Google Books*, 2011 – heden, 'Employee's gloved fingers – in full color. From the front matter of *A Popular Grammar of the Elements of Astronomy* by Thomas Squire (1818).', 19 mei 2011, <http://theartofgooglebooks.tumblr.com/post/5658041318/employees-gloved-fingers-in-full-color-from>.
- 33 The Jogging, *Apples*, 2014, 16 april 2014, <http://thejogging.tumblr.com/post/82934067859/apples-2014-photograph>.
- 34 The Jogging, *Polotitz*, 2014, 22 juli 2014, <http://thejogging.tumblr.com/post/92579178981/polotitz-2014-photograph>.
- 35 The Jogging, *Che Guevara Smoking an E-Cig*, 2014, 25 augustus 2014, <http://thejogging.tumblr.com/post/95739321281/che-guevara-smoking-an-e-cig-2014-digital-image>.
- 36 The Jogging, *wlan router under water*, 2014, 11 augustus 2014, <http://thejogging.tumblr.com/post/94464891036/wlan-router-under-water-2014-installation-at>.
- 37 The Jogging, *Egg Player*, 2013, 6 september 2013, <http://thejogging.tumblr.com/post/60460800359/egg-player-2013-photography>.
- 38 The Jogging, *Baguette Koozie*, 2012, 2 januari 2013, <http://thejogging.tumblr.com/post/39504929444/baguette-koozie-2012-sculpture>.
- 39 Ultra Violet Production House, *airBNB housing solution: remain on your Lower East Side apartments fire escape in a hanging tent while guests pay off your month's rent*, <https://www.etsy.com/listing/280677864/airbnb-housing-solution-remain-on-your>.
- 40 Ultra Violet Production House, *mobile SOLAR powered tanning canopy for Outdoors*.
- 41 Ultra Violet Production House, *crust COUCH*, <https://www.etsy.com/listing/256794895/crust-couch>.
- 42 MTAA, *Simple Net Art Diagram*, 1997, <https://rhizome.org/art/artbase/artwork/simple-net-art-diagram/>.
- 43 Jan Robert Leegte, *Dada net art diagram*, 2016, <http://dadaclub.online/tag/net-art-diagram/>.
- 44 Jan Robert Leegte, *Scrollbar Composition*, 2000, collectie Stedelijk Museum Amsterdam/MOTI, <http://www.scrollbarcomposition.com/>.
- 45 Jan Robert Leegte, *Scrollbar Composition 2011*, 2011, <http://www.leegte.org/work/scrollbarcomposition2011/index.html>.
- 46 Evan Roth, *Internet Landscapes: n57.675322e11.662511.se*, 2016, <http://n57.675322e11.662511.se/>.
- 47 Evan Roth, *Kites & Websites: n57.680225e11.668012*, 2016, n59.329736e18.132242.se, Network located video, 10:05, 2016, s36.787854e174.775050.co.nz, Network located video, 5:01, 2016, Belenius/Nordenhake, Stockholm, 2016.
- 48 Evan Roth, *Landscapes: n22.207525e114.258659.hk*, n22.208606e114.256798.hk, n22.209240e114.257359.hk, n22.210230e114.256256.hk, n22.210512e114.256075.hk, n22.228900e113.936487.hk, n40.756073w72.930950.us.com, n48.879773e2.367629.fr, n50.204520e1.538171.fr, n57.675322e11.662511.se, n57.680235e11.668160.se, n57.888698e11.688815.se, s33.734152e151.304727.com.au, s33.806901e151.299299.com.au, s33.820180e151.184813.com.au, s33.849695e151.244546.com.au, s33.898239e151.275644.com.au, s36.787854e174.775050.co.nz, s36.809596e174.417374.co.nz,

- s36.810855e174.422624.co.nz, Network located videos 18:00, 2017. Foto: Joshua Citarella. Courtesy Carroll/Fletcher, The Armory Show, 2–5 maart 2017, <http://www.evan-roth.com/work/landscapes/>.
- 49 Rafaël Rozendaal, *Float Bounce .com*, 2016, variabele afmetingen, onbeperkte duur, Takuma Collection, www.floatbounce.com.
- 50 Rafaël Rozendaal, *Sink Slow .com*, 2014, variabele afmetingen, onbeperkte duur. Courtesy kunstenaar, www.sinkslow.com.
- 51 'Soft Focus: A Solo by Rafaël Rozendaal', 2015, MU, Eindhoven. Foto: Boudewijn Bollmann.
- 52 Nadine Roestenburg, 2015.
- 53 Idem.
- 54 Rafaël Rozendaal, *Abstract Browsing*, 2014, te downloaden in de chrome web store.
- 55 Idem.
- 56 Idem.
- 57 Rafaël Rozendaal, *Abstract Browsing 15 05 02 (Gmail)*, 2015. Foto: Don Lewis.
- 58 Rafaël Rozendaal, *Abstract Browsing 16 03 08 Reddit*, 2016. Foto: Gert-Jan van Rooij.
- 59 Museum of Internet, <https://www.facebook.com/MuseumOfInternet>.
- 60 Idem.
- 61 Idem.
- 62 Idem.
- 63 Idem.
- 64 Idem.
- 65 Carla Gannis, *The Garden of Emoji Delights*, 2014, <http://carlagannis.com/blog/prints/gardenofemojidelights/>.
- 66 Idem.
- 67 Studio SMACK, *PARADISE – A contemporary interpretation of The Garden of Earthly Delights*, in opdracht van MOTI, Breda, 2016, <https://vimeo.com/191632804>.
- 68 Artie Vierkant, *Image Objects*, 2011–heden, <http://artievierkant.com/imageobjects.php>.
- 69 Idem.
- 70 Artie Vierkant, *Image Object Thursday 4 June 2015 12:53PM*, 2015, aluminum, print op vinyl, <http://artievierkant.com/imageobjectsculptures.php>.
- 71 Constant Dullaart, *Jennifer in Paradise CS6 series*, 2013, *Liquify wallpaper*, 2014–heden. Installatie 'SITUATION #68', SITUATIONS/Placeholder, Fotomuseum Winterthur, 2017. Foto: Philipp Ottendörfer. Courtesy Upstream Gallery Amsterdam, Carroll/Fletcher London, Future Gallery Berlin.
- 72 Google-zoekresultaten 'meme morpheus', 20 augustus 2017, https://www.google.nl/search?q=meme+morpheus%E2%80%99&safe=off&authuser=1&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiQ9LTZ00bVAhUKK-VAKHWg4CmsQ_AUICigB&biw=1440&bih=755.
- 73 'Yo Dawg, I Heard U Hate Metamemes So We Made A Metameme About Metamemes So U Can Hate While U Hate', <http://creatememe.chucklesnetwork.com/memes/76900/yo-dawg-i-heard-u-hate-metamemes-so-we-made-a-metameme-about-met/>.

- 74 Tom Galle en ART404, *Netflix & Chill Airbnb Room*, Instagrambericht door tomgalle op 27 januari 2016, https://www.instagram.com/p/BBDz_o6EOy7/.
- 75 Google Trends zoektermvergelijking 'Seapunk' en 'Vaporwave' in de periode 1 januari 2011 tot 1 januari 2017, <https://trends.google.nl/trends/explore?date=2011-01-01%202017-01-01&q=seapunk,vaporwave>.
- 76 Google-zoekresultaten 'Seapunk', 20 augustus 2017, https://www.google.nl/search?q=seapunk&safe=off&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwil-udWc0-bVAhXPEVAKHeYRA3MQ_AUICigB&biw=1440&bih=799&pli=1.
- 77 Rihanna, *Diamonds*, 10 november 2012, NBC, Saturday Night Live, 'Rihanna – Diamonds (Live on SNL)', YouTube-video geüpload door RihannaVEVO op 15 november 2012, <https://www.youtube.com/watch?v=2LT23ixDaJo>.
- 78 Google-zoekresultaten 'Vaporwave', 20 augustus 2017, https://www.google.nl/search?q=vaporwave&safe=off&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahU-KEWiL9rz91ebVAhUMY1AKHU2XAPIQ_AUICigB&biw=1440&bih=799.
- 79 MTV, 2015.
- 80 De eerste kleurenfoto van de volledige aarde door de ATS-3 satelliet op 10 november 1967, Schwerdtfeger Library Space Science and Engineering Center, http://library.ssec.wisc.edu/spinscan/images/1024cc/ATSI11_10NOV67_153107.jpg.
- 81 NASA Photo ID AS17-148-22727, Apollo 17, 7 december 1972. Courtesy Earth Science and Remote Sensing Unit, NASA Johnson Space Center.
- 82 Screenshot Google Earth, 2015.
- 83 Screenshot Google Earth, 20 augustus 2017, <https://earth.google.com/web/@-9.24427848,-44.63167424,910.55880578a,18362599.46840287d,35y,-0h,0t,0r>.
- 84 The New Aesthetic, mei 2011, <http://new-aesthetic.tumblr.com/archive/2011/5>.
- 85 Douglas Coupland, *Digital Orca*, 2009. Foto: Xicotencatl, CC BY-SA 3.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=33719239>.
- 86 VPRO Gids 21: 22–28 mei 2010, beeld & design: Jona Rotting, fotografie: Arjan Benning.
- 87 Rich Miller, 'Facebook May Get New Neighbors in Prineville', 27 mei 2011, <https://gigaom.com/2012/08/17/a-rare-look-inside-facebooks-oregon-data-center-photos-video/>.
- 88 NASA, 17 februari 2010, https://earthobservatory.nasa.gov/IOTD/view.php?id=43035&eocon=image&eocon=related_image.
- 89 Livbit, *Le Pixel Beach Umbrella*, 2014, <http://www.livbit.com/article/2014/07/14/the-pixel-beach-umbrella/>.
- 90 Pixelkussens en pixelbank, Zuzunaga.
- 91 Ron Arad, *Do-Lo-Rez*, 2008, bank: Moroso, <http://moroso.it/prodotti/do-lo-rez-divani/>, tapijt: Nanimarquina, <http://nanimarquina.com/design-rug/do-lo-rez-1-reds/184:276::/>.
- 92 Helmut Smits, *Dead Pixel in Google Earth*, 2008–2010, verbrand vierkant 82×82 cm.
- 93 Kelly Goeller, //Kneen, *Pixel Pour 2.0*. Foto: Benjamin Norman, 3 januari 2011, <https://www.flickr.com/photos/57818591@N05/5320951197/in/album-72157625740292198/>.
- 94 Shawn Smith, *Alligator*, 2013, 81×180×28 cm, balsahout, Amerikaans linde, inkt, acrylverf.

- 95 Shawn Smith, *Alligator* (detail), 2013, 81×180×28 cm, balsahout, Amerikaans linde, inkt, acrylverf.
- 96 Norges Bank, 2017.
- 97 Kunihiro Morinaga, ANREALAGE, 2011 A/W Collectie 'LOW', ラフォーレミュージアム六本木 (Laforet Museum Roppongi), 16 april 2011. Showregie: Shigetaka Kaneko, haar en make-up: Katsuya Kamo, muziek: Ippei Sugihara, <http://www.anrealage.com/index.html>.
- 98 MVRDV, *The Cloud*, 2011. Afbeelding: Luxigon, <http://www.archdaily.com/191206/the-cloud-two-connected-luxury-residential-towers-mvrdv/>.
- 99 Splitterwerk, *Frog Queen*, Prisma Engineering Headquarters, Graz, Oostenrijk, 2007. Foto: Nikolaos Zachariadis, http://splitterwerk.at/database/main.php?dispsize=Original&mode=view&album=2007__Frog_Queen&pic=04_Frog_Queen.jpg.
- 100 Joris Laarman Lab, *Digital Matter: Kilovoxel, Mega & Giga Voxel tables*, 2011, collectie Groninger Museum.
- 101 De 'houten' iBooks-boekenkast.
- 102 De iBooks-boekenkast in iOS 8.
- 103 Steve Wheeler, 'I showed my 12 year old son an old floppy disk, University of Plymouth, 2015.
- 104 Dysan 3.5" floppydisk, 20 april 2003, https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Dysan_floppy_disk_01.jpg.
- 105 Bewaaricoon in Microsoft Word for Mac 15.37.
- 106 Alexander Malinovsky en Daniil Rassadin, *Deletus*, <https://store.artlebedev.com/office/accessories/deletus/>.
- 107 Codeco, digitale prullenbak, Nate Archer, 'Digital trash can made of paper by codeco', *Designboom*, 23 mei 2010, <https://www.designboom.com/technology/digital-trash-can-made-of-paper/>.
- 108 Tim Elverston, *The WindFire Cursor Kite*, 2004, <http://windfiredesigns.com/Tim-Elverston-Portfolio.html>.
- 109 Landkaartspeld.
- 110 Screenshot Google Maps.
- 111 Aram Bartholl, *Map*, Good Time Public Art Festival Taipei, Taiwan, augustus–november 2010, <http://www.datenform.de/mapeng.html>.
- 112 George Pusenkov, *Big Square 28 KB (1:1)*, 1996, 200×200 cm, http://www.pusenkov.de/cms/index.php?option=com_ponygallery&func=viewcategory&cid=27&Itemid=29.
- 113 Clement Valla, *Postcards from Google Earth*, 2013, <http://www.postcards-from-google-earth.com/>.
- 114 Idem.
- 115 Idem.
- 116 Idem.
- 117 James Bridle, *Rainbow Plane*, Chicago: 41.785420°, -87.578890°, 7 januari 2010, geüpload op Flickr op 22 november 2013, <https://www.flickr.com/photos/stml/sets/72157637938061015>.
- 118 James Bridle, *Rainbow Plane 002*, Future Generation Art Prize, PinchukArtCentre, Kiev, Oekraïne, oktober 2014, <http://booktwo.org/notebook/rainbow-plane-002-kiev/>.
- 119 Mario Santamaría, *The Camera in the Mirror*, 8 juli 2014, <http://the-camera-in-the-mirror.tumblr.com/post/91162342702>.
- 120 Mario Santamaría, *The Camera in the Mirror*, Palazzo Madama, Turijn, 9 oktober 2015, <http://the-camera-in-the-mirror.tumblr.com/post/131513743812/palazzo-madama-torino-italy>.
- 121 Rosa Menkman, *A Vernacular of File Formats: An Edit Guide for Compression Design*, 2010, <http://rosa-menkman.blogspot.nl/2010/08/vernacular-of-file-formats-2-workshop.html>.
- 122 'Cellphone lane', Joop de Boer, 'Smartphone Zombies, Please Stay Out Of The Fast Lane', *Pop Up City*, 30 juli 2014, <http://popupcity.net/smartphone-zombies-please-stay-out-of-the-fast-lane/>.
- 123 Ken Ranous, 'The ultimate WiFi Cacti Antenni!', 13 maart 2014, <https://kenranous.wordpress.com/>.
- 124 'Celltower disguised as a pine tree', <http://kundaliniandcelltowers.com/electrical-sensitivity.html>.
- 125 Custom Made Palm Tree co., 'CellularDatePalm', <http://custompalmtrees.com/gallery6.php>.
- 126 'Google recording a Street View of an Oasis in Abu Dhabi', *Reddit*, geüpload op 20 april 2015 door Proteon, https://www.reddit.com/r/pics/comments/338saz/google_recording_a_street_view_of_an_oasis_in_abu/.
- 127 Timo Arnall, *Robot Readable World*, 2012, <http://www.elasticspace.com/2012/02/robot-readable-world>.
- 128 Idem.
- 129 Idem.
- 130 Idem.
- 131 Idem.
- 132 Idem.
- 133 Idem.
- 134 Idem.
- 135 Adam Harvey, *For Your Eyes Only*, 2012.
- 136 Idem.
- 137 Mishka Henner, *Dutch Landscapes: Willem Lodewijk van Nassau Kazerne*, 2011, <http://www.mishkahenner.com>.
- 138 Mishka Henner, *Dutch Landscapes: Paleis Noordeinde, Den Haag*, 2011, <http://www.mishkahenner.com>.
- 139 Jon Rafman, *9 Eyes*, startdatum onbekend – heden, <http://9-eyes.com/>.
- 140 Idem.
- 141 Idem.
- 142 Idem.
- 143 Idem.
- 144 Paolo Cirio, *Street Ghotsts* (214 Lafayette Street, New York, 2009), 2012, <http://streetghosts.net/>.
- 145 Adam Harvey, *CV Dazzle*, 2010.
- 146 Nadine Roestenburg, 2015.
- 147 Nadine Roestenburg, 2017.
- 148 Idem.
- 149 Zach Blas, *Facial Weaponization Suite*, 2011–2014, 'Science Fiction: New Death', 27 maart 2014 – 15 juni 2014, FACT, Liverpool, <http://www.fact.co.uk/projects/science-fiction-new-death/zach-blas-facial-weaponization-suite.aspx>.
- 150 *In the Robot Skies*, 2016, regisseur: Liam Young, script: Tim Maughan, in opdracht van STUK en KU Leuven. <http://www.tomorrowsthoughtstoday.com/>.
- 151 Idem.

- 152 Jonas Lund, *New Now 1*, 2016, UV print op plexiglass, metalenframe en LED-strip, 127×103×15 cm.
Courtesy Jonas Lund en Boetzelaer|Nispen, Amsterdam.
- 153 Jonas Lund, *New Now 3*, 2016, UV print op plexiglass, metalenframe en LED-strip, 127×103×15 cm.
Courtesy Jonas Lund en Boetzelaer|Nispen, Amsterdam.
- 154 Jonas Lund, *New Now 4*, 2016, UV print op plexiglass, metalenframe en LED-strip, 127×103×15 cm.
Courtesy Jonas Lund en Boetzelaer|Nispen, Amsterdam.
- 155 Nadine Roestenburg, 2016.
- 156 Retro telefoonhoorn, DaklaPack sourcing,
<http://www.daklapack sourcing.com/cases/promotional/>.
- 157 Freeland Studios, *iRetrophone*, 2010, Lucas Raggars, '5 retro iPhone accessoires op een rij', *onemorething*,
<https://www.onemorething.nl/2011/12/5-retro-iphone-accessoires-op-een-rij/>.
- 158 Thumbs Up UK, 80s Retro Case for iPhone 3GS and 4, *amazon.com*,
<https://www.amazon.com/Thumbs-Up-UK-Retro-iPhone/dp/B004SC82DS>.
- 159 Novelty Old Memory Design Back Cover for iPhone 5 5s Silicone Ultra thin, *aliexpress.com*,
<https://www.aliexpress.com/item-img/Novelty-Old-Memory-Design-Back-Cover-for-iPhone-5-5s-Silicone-Ultra-thin-Transporent-Soft-TPU/32755288263.html?spm=2114.10010108.1000017.2.4b24ae2bXZqYGm#>.
- 160 Google-zoekresultaten 'digital', 27 augustus 2017, https://www.google.nl/search?q=digital&safe=off&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiCrZ-bXmvjVAhWPZIAKHc8xC1sQ_AUICigB&biw=1440&bih=799.
- 161 'You're not a real hipster, until you take your typewriter to the park', https://owned.com/s/tag_hipsters?page=4.
- 162 Google-zoekresultaten 'retrofuturisme', 27 augustus 2017,
https://www.google.nl/search?safe=off&biw=1332&bih=755&tbn=isch&sa=1&q=retrofuturisme&oq=retrofuturisme&gs_l=psy-ab.3..0i24k1.3448.3448.0.4261.1.1.0.0.0.122.122.0j1.1.0....0...1.1.64.psy-ab..0.1.122.Sk3AUPUF3p0.
- 163 Futuristische stad, bron onbekend, Google Images, https://www.google.com/search?hl=nl-US&tbs=sbi:AMhZZisL34L8gx5TsB-pwjfUDFgTcXoTJieNejjuaNI-DEPBsRUyvPDspS8C85liyVpjtG2HFTEb-lpCjCqyaKe3qDrAZVKSTejbhcrNae-X262otq4klb6rplapExg5x4-ubuSqqyCV7hoHXYP8W0a_1eKEv7I5I5jlliziZ38bLS-SEikeeBEXtO_10QHRMWZvheIV54qBHWBHpFJk3dqYBXIXIZZ_1Qp6P2Zy-RYAs_1gxAS5VDrg7VmrrRvY13suQwT5NHGQXg1-lbn0eFTGTYIHxokgJkcybiOiG9VrSs3cCkVtAkiglrCkUwbP0ei66bgjRpuefWAU7ekrCTTyWuXlwJE14wS_1ysFEbQ&ei=VDKjWb-JGoaP0gX4zY6wDg&start=0&sa=N&biw=1440&bih=755.
- 164 Lance Ulanoff, 'This Is How You Make Selfie Toast', *Mashable*, 16 juli 2014,
http://mashable.com/2014/07/16/how-you-make-selfie-toast/#17ffmlj_d8q7.
Foto: Galen Dively, Vermont Novelty Toaster Corporation,
<http://www.burntimpresions.com/>.
- 165 Lomography, 'Shoot Your Prophecy',
<https://microsites.lomography.com/prophecies/galleries>.
- 166 Idem.
- 167 X (dochteronderneming van Alphabet Inc.), Project Loon,
<https://www.google.com/intl/en-US/loon/how/>.
- 168 Tim Macpherson, mensen met hun mobiele telefoon in een zwembad,
Getty Images, <http://www.gettyimages.no/detail/photo/people-on-their-mobile-phones-in-pool-high-res-stock-photography/145059070>.

- 169 Paim Comunicação, 'Porto Alegre – Brazil, 'Polar Cell Phone Nullifier', YouTube-video geüpload door José Pedro Bortolini op 20 februari 2014,
<https://www.youtube.com/watch?v=fN7Fg0LWZsl>.
- 170 Fischer&Friends, 'The Offline Glass', 2013, <https://vimeo.com/64643705>.
- 171 'BLOCK', <http://meetblock.com/>.
- 172 Ben, '#bordjeprik', 2016, YouTube-video geüpload door groetenvanben op 15 november 2016, <https://www.youtube.com/watch?v=HobSd4Z6EJk>.
- 173 Kit Kat, 'No WiFi Zone', concept: J. Walter Thompson Intelligence, 2013,
http://adsoftheworld.com/media/ambient/kit_kat_free_nowifi_zone?size=original.
- 174 Offline als Luxe, 2016, VPRO Tegenlicht, regie: Bregtje van der Haak,
<https://www.vpro.nl/programmas/tegenlicht/kijk/afleveringen/2015-2016/offline-als-luxe.html>.
- 175 Randall Munroe, 'Simple Answers', *xkcd*, <https://xkcd.com/1289/>.
- 176 'There is no Wifi in the forest but I promise you will find a better connection.',
<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/originals/46/49/32/4649322267e3547720ddb76e59bf8402.jpg>.
- 177 @InstaRevealed, 'Less scrolling ... more living! #Instagram #quote -->>
<http://Instagram.com/insta.revealed>', Twitterbericht, 3 juli 2016, 03:11,
<https://twitter.com/instarevealed/status/749410144241541121>.
- 178 David Schwen, 'Stop updating, start living', 9 mei 2011,
<https://www.flickr.com/photos/dschwen/5704149009/in/photostream/>.
- 179 Charlene deGuzman, regie: Miles Crawford, 'I Forgot My Phone', 2013,
YouTube-video geüpload door charstarleneTV op 22 augustus 2013,
<https://www.youtube.com/watch?v=OINa46HeWg8>.
- 180 Moby & The Void Pacific Choir, animatie: Steve Cutts,
Are You Lost In The World Like Me?, 2016, YouTube-video geüpload door Moby op 18 oktober 2016, <https://www.youtube.com/watch?v=VASyWuEqFd8>.
- 181 Nadine Roestenburg, 2015.
- 182 Jeroen van Loon, *Life Needs Internet*, 2014 – heden,
<http://www.lifeneedsinternet.com/letters/>.
- 183 Marcha Schagen & Leon Baauw, Project KOVR: The Anti-Surveillance Coat,
<http://www.projectkovr.com/>.
- 184 Idem.
- 185 *Offline als Luxe*, 2016, VPRO Tegenlicht, regie: Bregtje van der Haak,
<https://www.vpro.nl/programmas/tegenlicht/kijk/afleveringen/2015-2016/offline-als-luxe.html>.
- 186 Richard Vijgen, *White Spots Map*, 2016.
Coverage data: © 2015 Mosaik Solutions, LLC.
- 187 Richard Vijgen, *White Spots App*, 2016.
- 188 Idem.
- 189 'Climbing Tree to Make a Call Djenhago', *White Spots App*, 2016.
Productie: Richard Vijgen/VPRO Digitaal, concept en ontwikkeling: Richard Vijgen, Bregtje van der Haak, Jacqueline Hassink, film: Bregtje van der Haak,
<https://vimeo.com/157106524>.
- 190 'Maslow 2.0', *Reddit*, geüpload op 18 augustus 2013 door Addiktbe,
https://www.reddit.com/r/funny/comments/1kmd6h/maslow_20/.
- 191 'Maslow 3.0', Nadine Roestenburg, 2017.
- 192 Scott Thrift, *ThePresent™ Clock*, <https://thepresent.today/>.

Van meme tot mainstream

Internetkunst, esthetiek
en offline luxe
in een postdigitale wereld

Auteur: Nadine Roestenburg
Eindredactie: Miriam Rasch

Ontwerp: Harris Blondman, Amsterdam.
Foto cover: naar Museum of Internet,
<http://museumofinter.net/>.

Uitgever: MU, Eindhoven in samenwerking met Institute of Network Cultures, Amsterdam, en The Image Society, Amsterdam, 2017.
ISBN: 978-90-79423-10-1

Van meme tot mainstream is een educatieve uitgave en dient geen commercieel doel. Het copyright op tekst en vormgeving berust bij de auteur, vormgevers en uitgevers. Het copyright op beeld berust bij de betreffende makers. Aan het correct publiceren van de informatie en het achterhalen van alle rechthebbers is de uiterste zorg besteed. Ondanks alle zorgvuldigheid was het niet altijd mogelijk de eigenaren van de beelden te bereiken. Wie desondanks meent rechten te kunnen doen gelden op beeldmateriaal in deze uitgave kan alsnog contact met ons opnemen. Eventuele omissies zullen gecorrigeerd worden in een volgende editie



MU
www.mu.nl

institute of
network cultures

Institute of Network Cultures
www.networkcultures.org



The Image Society
www.imagesociety.nl

Licentie: het werk uit deze publicatie is vrijgegeven onder een Creative Commons Attribution-Non Commercial-Share Alike licentie. Dat betekent dat u de inhoud mag hergebruiken en delen voor niet commerciële doeleinden zolang u de oorspronkelijke makers vermeldt en u uw nieuwe creatie ook onder deze (of een gelijkwaardige) licentie vrijgeeft.