

OBEY GIANT

FACE-LIFTS, GSM'S, LAPTOPS, NOTEBOOKS, ZOEKROBOTS, CHATROOMS, DOCU-SOAPS, BLUETOOTH, DOMOTICA, DIRECT MAIL, PRODUCT PLACING, MULTI-TASKING, ELEKTRONISCH STEMMEN, FASTFOOD, POP-UPVENSTERS, WEBCAMS, LOGIN&PASSWORD, BIO-LABELS, AGENDA-SETTING, VISACARDS, PROZAC, IKEA, MARKETEERS, TREND-SPOTTERS... ALLEMAAL WERDEN ZE ONTWIKKELD VOOR EN DOOR ONS, DE MENSEN. DE VRAAG IS: MAKEN ZE ONZE LEVENS OOK RIJKER? MOETEN WE ECHT BLIJ ZIJN MET DIT SOORT VAN 'VOORUITGANG'? WELKE GEVOLGEN HEBBEN DIE PRODUCTEN OP ONS DAGELIJKS LEVEN?

De mens heeft in zijn hele evolutie, ongeveer een miljoen jaar, nog nooit zoveel veranderingen moeten verdragen als de laatste 100 jaar. Alleen al de bevolkingsgroei, die exponentieel kan worden gezien, is volgens bepaalde onderzoekers onrustwekkend. In ons informatiekapitalisme van vandaag worden we bedolven onder informatie, we verzuipen haast in de datastream. Met hoe meer informatie je wordt overladen, des te meer internetportalen, zoekmachines en infobots zullen helpen die informatie naar u toe te brengen. De media zijn eindeloos. Zoals Kalle Lasn in schreef in 'Culture Jammers': 'De complicaties brengen keuzemogelijkheden voort; de keuzemogelijkheden inspireren de techniek en de techniek scheidt nieuwe complicaties.'

Vaak krijg ik het gevoel dat van al de informatie - die even je hoofd binnendringen en onmiddellijk worden vergeten - restjes blijven hangen. Koppelingen naar een informatieve smurrie die zich langzaam opstapelt in een achterkamer van ons geheugen. Akkoord: ons brein laat af en toe de onderste lagen definitief achter zich, maar, net als bij een composthoop, blijft de trashbin van onze geest steeds overvol.

De overload is een feit en verwarring en gejaagdheid zijn een gevolg. We kunnen niet alleen het overaanbod in vraag stellen maar ook de oorzaken ervan. De wijze waarop ons systeem functioneert en het aandeel dat wij als consument erin hebben. Onze cultuur wordt gecreëerd door bedrijven die iets te verkopen hebben. De producten van ons kapitalisme zijn onze cultuur geworden. Is het gevoel van machteloosheid dan echt toe te schrijven aan machteloosheid?

Een centraal begrip in de problematiek is de massa. Termen als massamedia, massaconsumptie en massaproductie zijn ons niet langer vreemd. Tegenover die massa staat het individu, het eenzame individu dat steeds meer te kampen krijgt met gestoorde sociale vaardigheden. Deze eenzaamheid staat in schril contrast met het presenteren van de nieuwe technologieën, zoals het world wide web, als de kans op het vormen van een nieuwe gemeenschap. Overconsumptie van deze nieuwe technologieën kan gezien worden als een soort vlucht uit het lichaam. 'De computerfreak ontsnapt aan zichzelf zoals een junkie wil ontsnappen aan de werkelijkheid.' Op die manier ontstaat vervreemding dat als derde begrip, naast verwarring en gejaagdheid, volgt uit onze dolgedraaide maatschappij.

Op het eerste zicht lijken de verschillende invalshoeken die ik hierboven belicht niet onmiddellijk met elkaar te maken te hebben, maar uiteindelijk hebben ze wel één ding gemeen. Wij worden erdoor beïnvloed. De vraag die je jezelf telkens zal moeten stellen bij het lezen van de scriptie - die uit vier hoofdstukken bestaat - is de volgende: heeft dit ook invloed op mijn leven, en in welke mate? Deze vraag verheldert de rode draad in mijn verhaal over verwarring en haast, over schijn en zijn, over leven en geleefd worden, over authenticiteit en vervreemding.

Ik heb in deze scriptie getracht een overzicht te geven van alle factoren die ons leven bepalen, zonder echt diep in te gaan op een thema. De rode draad in het verhaal - de spanning tussen schijn en zijn, tussen authenticiteit en vervreemding, tussen leven en geleefd worden - heeft verbanden en trends blootgelegd in een onderwerp dat moeilijk te omschrijven valt. Het is een verslag geworden van onze hedendaagse westerse cultuur, een zoektocht naar de mens in de massa, maar ook een poging te ontkomen aan het kapitalisme dat verspreid wordt in onze massamedia, in informatie, technologie en in ons, consumenten. Vandaar ook de titel 'Obey Giant'. De naam is ontleend aan een ooit kleinschalige campagne die dezelfde naam draagt. Deze campagne is te plaatsen in een antikapitalistische street- en protest-artbeweging.

Ik wil beklemtonen dat deze scriptie niet het resultaat is van een pessimistische visie. Ik wou geen beeld scheppen van de toekomst maar onze wereld tonen zoals hij vandaag is. Ik ben geen technofob, maar maak me wel zorgen over de pogingen om aan ons lichaam te ontsnappen. Ik heb problemen met de verhuizing van onze sociale activiteit uit de werkelijkheid, niet met de komst van nieuwe virtuele publieke ruimten. Ik maak me niet druk om het overaanbod aan informatie, wel om het feit dat een groot deel van die informatie een product is van kapitalisme. Ik heb het moeilijk met de neo-tv, de opkomst van het infotainment en de schaamteloze obsceniteit die steeds verder wordt gedreven; met het tekort aan 'echte' ervaringen en de trend naar grensverleggende kicks die er het gevolg van is; met de beschaving van de look die enkel rekening houdt met uiterlijke tekens en gebaseerd is op het zich onderscheiden van anderen en met de radicale middelmatigheid die ons 'confronteert met de ondenkbaarheid van ons leven en de onleefbaarheid van ons denken.'

De bedoeling van dit werk was in de eerste plaats voor mezelf een goede basis te ontwikkelen om mijn praktisch eindwerk uiteen te zetten. Net als de Obey campagne is het enige doel van het praktische eindwerk mensen bewust te maken van hun plaats in de wereld door na te denken over hun relatie met hun omgeving.

(sample uit de scriptie)

Ik zit op de trein en begin net in een nieuw boek, 'radicale middelmatigheid'. 'De doorwerkingen van de technologische media op ons dagelijks doen en laten zijn onloochenbaar. Van de bevrediging van onze onmiddellijke behoeften en de consumptie van entertainment tot het onderhoud van sociale netwerken en het bedrijven van lokale en globale politiek zijn we aangewezen op technologische hulpmiddelen. Tv, auto, videocam, computer, gsm en visacard zijn daarvan slechts de meest herkenbare materiële gestalten. Deze media zijn geïntegreerd in informatie- en communicatietechnologische processen die zich exponentieel op wereldschaal vertakken. We denken dat materiële hulpstukken ons gediensig omringen. Maar in feite nemen ze ons in zich op en dienen wij hen.'

Terwijl ik dit lees, valt mijn aandacht op een meisje dat recht voor mij zit. Naast haar staat een grote, overvolle tas. Het viel me op dat ze druk in de weer was met die tas, vandaar waarschijnlijk mijn nieuwsgierigheid. Ze dacht na en schreef dan enkele dingen op in een notebloc op A5 formaat. Het leek alsof ze afspraken noteerde, de verschillende puntjes waren gedateerd en er werden telkens enkele zinnestukjes naast gepend. Ze rommelt opnieuw in haar tas en haalt haar gsm eruit om gedurende een tiental seconden op te tokkelen en dan weer weg te steken. Ze schrijft verder in haar notebloc. Opnieuw komt die gsm tevoorschijn, maar nu duurt het echter iets langer, ik veronderstel dat ze een sms-bericht stuurt. Ze legt haar gsm nu naast haar notebloc en schrijft erin verder. Om de halve minuut controleert ze het scherm van haar gsm op het verwachte antwoord en ze legt zeker drie keer de omslag van haar broek goed op 5 minuten tijd. Ze lijkt me enigszins gefrustreerd dat het antwoord uitblijft, en rommelt nogmaals in de tas. Deze keer haalt ze er een flesje Coca-Cola uit en een Snickers, die ze beide opent en consumeert. Nog steeds geen antwoord! Opnieuw duikt ze in haar tas waar ze na veel zoeken een vreemd rechthoekig toestel uitvist. Is het een rekenmachine? Ze bedient het toestel met een plastic pennetje dat eraan vast zit en tokkelt enkele minuten duchtig door. Nu weet ik het: het is zo 'n nieuw digitaal zakcomputer-agendaring. De precieze naam weet ik niet maar je weet vast wel wat ik bedoel. Zou je er foto 's mee kunnen nemen? Wederom duikt ze in haar zak. En wat komt er deze keer uit? ja hoor, een agenda, deze keer een mini-variant van de A5 notebloc die op haar schoot ligt. Ik kan het even allemaal niet meer bijhouden. Wat heb je immers aan zo 'n ding als je een hyperprogressieve zakcomputer hebt? Misschien moet ze alle informatie uit het ene ding nog in het andere steken. Dat zal het zijn. Nog steeds heeft ze geen antwoord gekregen, hoe is het mogelijk, zijn er dan mensen die niet constant hun gsm bij zich hebben? Haar frustratie stijgt zienderogen en ze drinkt en eet nu aan een nog hoger tempo. Niet echt gezond lijkt me. De gsm, de notebloc, de mini-notebloc, de digitale agenda en het voedsel worden de komende tien minuten afwisselend genuttigd, zonder even pauze te nemen dan nog wel. En die broek? Die zit nog steeds niet goed....