

*Ach ja, ik maak het
leven span-nend //
Maar het heeft zo
weinig zin // Want
ik zie in alles steeds
weer de herhaling.*

*ik verveel me // ik
verveel me // ik
verveel me dood.*

S. Bos, 1994

*Televisie aan niks
aan // Radio aan
niks aan // en ik kan
natuurlijk naar de
film // en daarna
het café in // Ik heb
geen zin*

*verveling verveling
verveling verveling
verveling verveling*

*God ik verveel me
zo // God ik verveel
me // nergens heb
ik zin in // God, ik
verveel me // niks te
doen*

B. Vermeulen, 1981

Voorwoord

Het literatuuronderzoek dat vooraf is gegaan aan het schrijven van deze scriptie, voerde doorheen de woestijn en sloeg me met verveling, diepe verveling. Alleen al om die redenen, vechten trots en afkeer zich beurtelings naar voren nu ik heb geschreven wat ik wilde schrijven. Ik voel trots, omdat ik een krachttoer heb volbracht. Ik voel afkeer, omdat diezelfde krachttoer me vaak aan het wankelen bracht. Ook nu nog.

Zo'n drie jaar geleden, bij het schrijven van mijn bachelorscriptie, stuitte ik voor 't eerst op een boek over verveling. Sindsdien heeft het me niet meer losgelaten. Niet na het afronden van mijn nogal knullige bachelorscriptie, waarin het denken over verveling ook als een theoretisch kader, of liever, als een theoretische draak fungeerde. Niet na de irritatie over de irrelevantie ervan, die een jaar later ontstond - toen het tijd werd om een afstudeeronderwerp te kiezen - bij het teruglezen van dit alles. En niet na het opzetten van afstudeerscripties over uiteenlopende onderwerpen als de journalistieke column in Nederland of de zelfrepresentatie en identiteitsvorming van travestieten en transseksuelen op het internet. Ik was dan ook net zo verrast als verheugd om bij mijn overstap naar de faculteit Wijsbegeerte uit te vinden dat Awee Prins, onderwijsdirecteur en docent aan die faculteit, een boek aan het schrijven was over de verveling. Zonder de enthousiasmerende gesprekken die ik met hem over dit onderwerp heb kunnen voeren én zijn stimulerende begeleiding, was de onderstaande scriptie niet geschreven. Ondanks mijn fascinatie voor het onderwerp.

Het feit dat Awee Prins een wetenschappelijke verhandeling aan het schrijven was over een onderwerp dat mij in eerste instantie even interessant als irrelevant leek, legitimeerde voor mij toendertijd het vervolgen van mijn eigen onderzoek naar de verveling. Een legitimatie, die nog eens werd vergroot door de enorme media aandacht die volgde op het succes van Awee Prins' boek *Uit Verveling* (2007). Tegelijkertijd bracht dit succes echter de druk met zich mee om goed werk af te leveren, zonder daarbij schatplichtig te worden aan zijn denken. Ik heb er dan ook voor gekozen om, geheel en al tegen de academische mores in, níet het boek van mijn begeleider te lezen. Te meer omdat ik de

onvermijdelijke vergelijking met mijn eigen onderzoek(je) wilde ontlopen. Een vergelijking, die immers alleen maar tot onzekerheid of faalangst kan leiden.

Zonder het geduld en de steun van Bernadette Kester, mijn begeleider en docent aan de faculteit Historische en Kunstwetenschappen, had het onderstaande waarschijnlijk ook niet geschreven kunnen worden. Ik ben haar veel verschuldigd voor al die keren dat ze mij de ruimte heeft geboden om mijn eigen (onconventionele) onderzoeksonderwerpen te kiezen en mijn eigen (onconventionele) academische route af te leggen, voor alle goede raad én voor alle broodnodige kritiek op mijn academische prestaties.

Rest mij alleen nog mijn goede vriend en intellectuele strijdmakker Tim Vermeulen te bedanken, waarmee ik nu al zo'n zes jaar lang, al boksend, de *Bastille* bestorm.

	<i>Voorwoord</i>	2
	<i>Inhoudsopgave</i>	4
proloog	<i>Een Oneindig Woestijnlandschap</i>	
0.1	inleiding	6
0.1.1	een oneindig woestijnlandschap	9
0.2	een kleine filosofie van de verveling	
0.2.1	langeweile, kurzeweile: Heidegger over de verveling	11
0.2.1.1	het verdrijven van de tijd	12
0.2.1.2	het tijdverdrijf	13
0.2.1.3	diepe verveling	15
0.2.2	de verveling spreekt	16
0.3	de logica van de verveling	17
0.3.1	verveling, herhaling, transgressie	17
0.4	vraagstelling, opzet & verantwoording	19
1^e deel	<i>Postmodern zijn: paradigma, plaats & tijd</i>	23
1	<i>Van een Hierna-maals naar een Hier-nogmaals</i>	
1.1	hierna-maals	24
1.1.1	een geschiedenis van het einde	25
1.1.2	het einde van de geschiedenis	26
1.2	hier-nogmaals	27
2	<i>Megalopolis</i>	
2.1	van metropolis naar megalopolis	30
2.2	suburbia	31
2.2.1	een kleine geschiedenis van suburbia	32
2.2	downtown	34
3	<i>Vorbij het Einde naar het Nu</i>	
3.1	inleiding	37

3.2	pastiche	37
3.2.2	nostalgia	38
3.2.2	<i>new</i> stalgia	39
3.3	simulacrum: imitatie & simulatie	41
3.4	schizofrenie	42
2^e deel	<i>Postmoderne Praktijken: consumeren, flaneren, informeren</i>	45
4	<i>Een Economie van Verveling</i>	
4.1	inleiding	46
4.2	laatkapitalisme	46
4.2.1	het geheel niets-ontzeggende zijnde	47
4.2.2	de fantastische kwaliteit der dingen	48
5	<i>Een Geografie van Verveling</i>	
5.1	inleiding	54
5.2	flanerie	55
5.2.1	de populaire flaneur	55
5.2.2	de consumptieve blik	56
5.3	primaat van de blik	58
5.3.1	massamiddelen	59
6	<i>Een Technologie van Verveling</i>	
6.1	inleiding	61
6.2	schermen	62
6.2.1	van de massamedia naar het multimedium	62
6.2.2	het multimedium is de boodschap: hier & nu	65
6.2.3	het multimedium is de boodschap: transgressie	67
Epiloog	<i>Data Morgana</i>	69
	<i>Bronnen</i>	72

proloog

Een Oneindig Woestijnlandschap

een woestijnlandschap, dat oneindig was,
dit was waar ik mijn bewegingen omheen construeerde,
dit was de geografie waar mijn werkelijkheid om draaide.

B. Easton Ellis, 1991

de woestijn is niet iets om te beoordelen, kritiek op te hebben,
of te willen veranderen (..) eerder zou de filosoof de woestijn
tot zijn eigen nadenken moeten toelaten. In echte filosofie.

Th.C.W. Oudemans, 2007

0.1 | Inleiding

We schrijven het voorjaar van 1968 als *Le Monde* in een hoofdartikel kopt dat 'Frankrijk zich verveelt' ('La France s'ennuie').¹ Terwijl economen spreken van een gouden tijdperk, het welvaartspeil tot ongekende hoogte stijgt, de mobiliteit exponentieel toeneemt door de populariteit van passagiersvliegtuig, sneltrein en personenauto, de inwoners van de (voor)steden *en masse* de beschikking hebben over koelkast, televisie en radiotoestel en de globalisering maakt dat er talloze popculturen en subculturen ontstaan, verveelt Frankrijk zich.

Enkele weken later breekt de studentenrevolte van Mei '68 uit. Eind april wordt studentenleider Cohn-Bendit gearresteerd, waarna de incidenten elkaar in hoog tempo opvolgen. Op 2 mei worden op de universiteit van Nanterre, na incidenten tussen linkse en rechtse studenten, de lessen geschorst; op 3 mei worden demonstrerende studenten verwijderd van de binnenplaats van de universiteit van Sorbonne, waarop rellen uitbreken in de straten van Parijs (600 arrestaties, 100 gewonden); op 4 mei worden alle lessen op de Sorbonne geschorst waarna de studentenbonden oproepen tot stakingen; op 5 mei worden er 13 demonstranten veroordeeld door het Franse Hof; op 6 mei breken zware gevechten uit tussen studenten (422 gearresteerd, 600 gewond) en politie (345 gewond); in de nacht van 10 mei breken er zware rellen uit in het *Quartier Latin*, de politie herovert 60 barricaden (250 gewond) op de studenten (468 arrestaties, honderden gewond); en op 11 mei voegen de arbeidersbewegingen zich bij demonstrerende studenten.

¹ In: J.L.Heldring, *Verveelt Nederland zich?*, NRC Handelsblad, donderdag 24 Mei 2007

Uiteindelijk zou Frankrijk totaal lam worden gelegd. In de dagen die volgden werden nog eens honderden demonstranten gearresteerd en/of verwond, legden zo'n 10 miljoen mensen het werk neer, waaronder de werknemers van de staatsomroepen, het luchtverkeer en de spoorwegen, en ontvluchtte premier De Gaulle tijdelijk het land.²

Hoewel Mei '68 een vastomlijnde politieke doelstelling ontbeerde, wijzen de studentenleuzen³ uit dat de revolte voortvloeide uit een romantisch verlangen naar een radicale transformatie van het kapitalistische en technocratische "wereldsysteem".⁴ Geïnspireerd door anarchisme en communisme ('Ni Dieu, ni maître!'), verlangend naar de Dionysische roes van seks ('Camarades, l'amour se fait aussi en Sciences-Po.') en drugs ('L'alcool tue. Prenez du L.S.D.!') en hakend naar betekenis in het leven van alledag ('La poésie est dans la rue.'), rebelleerde de beweging enkele weken tegen een tot verveling stemmend systeem ('L'ennui est contre-révolutionnaire!'). Althans, zo kan geconcludeerd worden uit de talrijke leuzen die, direct of indirect, verwijzen naar een tot verveling stemmend leven van alledag (zie kader1).

Kader 1, studentenleuzen Mei '68

<i>'Nous ne voulons pas d'un monde où la certitude de ne pas mourir de faim s'échange contre le risque de mourir d'ennui!'</i>	<i>'Dans une société qui a aboli toute aventure, la seule aventure qui reste est celle d'abolir la société!'</i>
<i>'Vivre sans temps mort - jouer sans entraves!'</i>	<i>'Travailleurs de tous les pays, amusez-vous!'</i>
<i>'La perspective de trouver du plaisir demain ne sera jamais compensée par l'ennui d'aujourd'hui!'</i>	<i>'Les gens qui travaillent s'ennuient (..) Les gens qui ne travaillent ne s'ennuient jamais!'</i>

Indien verveling inderdaad de oorzaak is geweest van de studentenrevolte, kan de hele gebeurtenis op twee manieren worden geïnterpreteerd. Analooq aan de gangbare opvatting van/over verveling als zijnde een onaangename stemming die te allen tijde ontvlucht moet worden, kunnen de demonstraties, de bezettingen en de relletjes opgevat worden als de daden van een groep verveelde jongeren met een hang naar kicks, sensatie of verstrooiing. Gewoon, omdat er niets anders te doen was.⁵ Maar wanneer we de revolte zien als een middel om het dagelijkse leven opnieuw te betekenen, dan is Mei '68 op te vatten als een

² Voor een chronologie van de studentenrevolte van Mei '68, zie: www.metropoleparis.com

³ Voor een overzicht van de leuzen van Mei '68, zie:

A.Feenberg & J.Friedman, *When Poetry Ruled the Streets, the may events of 1968*, 2001

⁴ Zie: J.Stephens, *Anti-Disciplinary Protest: Sixties radicalism and post-modernism*, 1998, of:

D.Kellner, *May '68 in France: dynamics and consequences*, in: Feenberg & Friedman, 2001: voorwoord.

⁵ Overigens was dit een veelgehoorde analyse van de relschoppende Algerijnen en andere etnische minderheden in de Franse banlieu's in 2005.

doelbewuste (!) poging om het bestaan in een tot verveling stemmende cultuur weer *sense* (zin: richting en betekenis) te verlenen. Hoe het ook zij, ongetwijfeld hebben zowel het revolutionaire elan als de zweem van sensatie geappelleerd aan het onbestemde gevoel van verveling waarvan Frankrijk volgens *Le Monde* was doordeesemd.

Volgens filosoof Douglas Kellner (2001) is Mei '68 een *key event* binnen de bredere culturele revolutie van de jaren '60 en begin jaren '70 van de vorige eeuw, die uitdrukking gaf aan een romantisch verlangen om te breken met het paradigma van het 'Westen'. Zo moeten emancipatiebewegingen als de *Black Panthers* of de *Dolle Mina's* en taboedoorbrekende subculturen als de *Hippies* of de *Provo's* gezien worden in het licht van dit verlangen. Hoewel Mei '68 dan ook in eerste instantie hoop gaf op blijvende verandering, is de revolte in retrospectief toch mislukt te noemen. De openlijke afwijzing van de gebeurtenissen door de *Parti Communiste Française* (PCF) en het morele bankroet van het Sovjet-Marxisme maakten dat de '68-ers het links-radical denken niet langer in staat achtten tot het aandragen van een sociaal-cultureel alternatief, laat staan tot revolutie ('*À bas la charogne Stalinienne!*'). En nadat in de loop van juni de revolte haar momentum begon te verliezen en de Gaullistische regering eind juni de verkiezingen met een versterkte meerderheid wist te winnen, verdwenen de oppositionele krachten wederom naar de marges van de samenleving.⁶ Uiteindelijk zouden in alle Westerse landen de revolutionaire bewegingen één voor één marginaliseren.⁷ De Rotterdamse historici Bert Altena en Dick van Lente (2001) stellen dan ook dat 'de politieke en economische orde' onveranderd bleef. Wel waren de 'heersende normen en waarden ingrijpend gewijzigd', maar, zo voegen ze toe, 'die veranderingen waren niet teweeg gebracht door de politieke bewegingen van die jaren, die waren er vooral een symptoom van en hebben de veranderingen hoogstens versneld.'⁸ Alles overziend, moet de conclusie dus luiden dat de *Sixties* weliswaar leidden tot een liberalisering van Westerse waarden (meer gelijkheid en tolerantie), maar dat de hegemonie van het tot verveling stemmende systeem (technocratisch en kapitalistisch) onverminderd voortduurt.

⁶ D. Kellner, *May '68 in France: dynamics and consequences*, in: Feenberg & Friedman, 2001: voorwoord.

⁷ In de VS, de BRD en Italië leidde deze marginalisering tot het radicaliseren en militariseren van enkele links-revolutionaire groeperingen. Denk bijvoorbeeld respectievelijk aan de Weathermen, de Brigade Rosse of de Rote Armee Fraktion.

⁸ B. Altena & D. van Lente, *Maatschappijgeschiedenis van Westerse Samenlevingen, 1750-1991*, manuscript, 2001: 337.

‘We leven na de orgie,’ zo constateerde de Franse socioloog Jean Baudrillard, zelf een ’68-er. ‘Alles kan, alles mag, alles is bevrijd en er zijn geen taboes meer. Maar in plaats van een opwindend feest, levert dit een gevoel van leegte op. We leven in de hel van hetzelfde(..)-de woestijn van de werkelijkheid.’

0.1.1 | Een Oneindig Woestijnlandschap

In zijn romans *Less than Zero* (1985) en *American Psycho* (1991) schets Brett Easton Ellis een portret van de generatie die geboren is ná de orgie. Clay, de protagonist van *Less than Zero*, studeert aan *Camden College*, New Hampshire en brengt de *winter break* door bij zijn rijke ouders in Los Angeles, de stad in de woestijn waar hij zijn jeugd jaren sleet. Het decadente milieu aldaar stemt hem tot verveling en we volgen hem vier weken lang bij het getob met zijn ex-vriendin, bij de rondgang langs zijn jeugdvrienden, bij het aflopen van discotheken, clubs en feestjes. Uiteindelijk keert hij gedesillusioneerd terug naar New Hampshire. Het relaas van zijn verblijf is doorspekt met anekdotes, verhalen en herinneringen, waarin naarmate het boek vordert het motief van de woestijn steeds vaker terugkomt. De meest tekenende anekdote verhaalt over ‘van die feestjes in het huis in de woestijn.’ Bij een tochtje door de woestijn herinnert Clay zich dat één van die feestjes ‘op de een of andere manier uit de hand liep.’ Dat wil zeggen, een jong meisje werd verkracht, gewurgd, de keel doorgesneden, de borsten afgesneden en ‘op de plaats waar ze hadden gezeten had iemand kaarsen ingeplant.’⁹ Voor wie bekend is met het werk van Ellis, zal dit een bekend scenario zijn. Zo foltert in *American Psycho* de New Yorkse *yup* Patrick Bateman eveneens met graagte voor, tijdens of na de seks. Maar waar Clay zich bevindt aan ‘de rand van de woestijn’, daardoor slechts toeschouwer is en afstand houdt, daar bevindt Patrick Bateman zich, zoals hij zelf zegt, in een ‘oneindig woestijnlandschap’, in een nihilistisch, decadent en tot verveling stemmend universum waaruit geen ontsnappen mogelijk is.¹⁰

Het beeld van de *woestijn* of de *woestenij* wordt door heel wat auteurs gebruikt als metafoor voor de verveling. Zo wordt deze stemming ondermeer door Ludwig Tieck (1793) een ‘weidse, eindeloze woestenij’, door Stefan Hertmans (1999) een ‘woestijnachtig gebied’ en door Rudiger Safranski (2000, 2006) een ‘middenpunt van een aan prikkels arme woestenij’

⁹ B. Easton Ellis, *Less than Zero*, 1985:174

¹⁰ B. Easton Ellis, *American Psycho*, 1991: 448

genoemd. In de verveling, zo blijkt, verwordt de wereld tot een eindeloze leegte en droogte, een oneindig woestijnlandschap.

In Samuel Beckett's *Waiting for Godot* (1953) wachten Vladimir en Estragon verveeld op Godot. En hoewel het landschap beurtelings een moeras, een mestvaalt, een knekelhuis en, met de nodige ironie, een heerlijk plekje wordt genoemd¹¹, bevinden ze zich – letterlijk - in het middelpunt van de woestijn ('in the midst of nothingness')¹², arm aan prikkels ('nothing happens').¹³ Het landschap is zo leeg en droog dat de protagonisten zelfs niet eens zeker weten of ze wel op de afgesproken plaats zijn. Op een gegeven moment schreeuwt de wanhopig geworden Estragon hierover naar Vladimir: 'wat is er te herkennen? Mijn hele verdomde leven heb ik in een woestijn gezworven? En jij wil dat ik verschil zie!'¹⁴ Uiteindelijk komt Vladimir ook niet veel verder dan: 'Het lijkt nergens op. Er is niets.' Om daar nog wel vertwijfeld aan toe te voegen: 'Er is een boom.'¹⁵ Zo rest hen niets dan wachten. Wachten op Godot, die, zo stellen Ramona Cormier en Janis Pallister (1979), is als een fata morgana in de woestijnen van hun levens ('a mirage in the deserts of their lives.')¹⁶

0.2 | Een Kleine Filosofie van de Verveling

In de toneelmatige werkelijkheid van het stuk wordt de komst van Godot voortdurend opgeschort. Deze voortdurende opschorting verleent weliswaar een schijn van *sense* aan het bestaan van de protagonisten, maar een werkelijke richting en betekenis verleent het niet. Het uitblijven van de komst van Godot komt dan ook niet overeen met Derrida's suggestie dat opschorting ('displacement') een alternatief zou kunnen zijn voor de *sense* die taalspelen als religie, ideologie of wetenschap verlenen. Want waar Derrida *displacement* voorstelt als de kern van een nomadisch leven, waarin, al reizend van oase naar oase door een oneindig woestijnlandschap, betekenis wordt ontleend aan het volgen van een spoor zonder oorsprong of eindpunt, blijkt Godot een fata morgana te zijn, die nooit een oase wil worden. Door de voortdurende opschorting van de komst van Godot, wordt de hoop als het ware langzaam gedeconstrueerd. In *Waiting for Death* (1979) stellen Cormier en Pallister dan ook dat de protagonisten weliswaar beweren te wachten op Godot,

¹¹ S. Beckett, *Waiting for Godot*, 1952: 14, 59, 62, 13

¹² Ibidem: 79

¹³ Ibidem: 39

¹⁴ Ibidem: 59

¹⁵ Ibidem: 85

¹⁶ Cormier & Pallister, *Waiting for Death. the philosophical significance of Beckett's 'En attendant Godot'*, 1979: 80

maar dat ze tegelijkertijd beseffen te wachten op niets.¹⁷ Godot personifieert dus niet de hoop op het *betere*, maar juist het ontbreken van alle hoop

‘Zeker is’, zo verzucht Vladimir verveeld, ‘dat de tijd lang duurt onder deze omstandigheden.’

0.2.1 | Langeweile, Kurzeile: Heidegger over de verveling

In *Die Grundbegriffe der Metaphysik* poogt Martin Heidegger ‘door de uitleg over het wezen van de verveling door te dringen tot het wezen van de tijd.’¹⁸ Het vertragen van de tijd, waar de verzuchting van Vladimir naar verwijst, is immers wezenlijk aan de stemming van de verveling. Later zullen we terugkomen op Heideggers poging door te dringen tot het wezen van de tijd, maar we zullen nu eerst zijn uitleg van het wezen van de verveling volgen.

In *Die Grundbegriffe der Metaphysik* doordenkt Heidegger de stemming van de verveling. Hij bespreekt de verschillende dimensies van de stemming, waarin de verhouding van het Dasein, de wereld en de tijd steeds op andere wijze is verstoord. In zijn analyse tracht hij doorheen de verveling van alle dag (‘die oberflächige Langeweile’), tot een beter verstaan van de diepe verveling (‘die tiefe Langeweile’) te komen.¹⁹

Hoewel ‘men’ in het dagelijkse leven de neiging heeft de verveling als een ‘te verhelpen ongemak’ te zien, is het juist noodzaak je te laten stemmen door de verveling. Datgene wat de verveling te zeggen heeft, moet niet verstomd, maar juist uitgesproken worden. Maar gewoonlijk laat ‘men’ zich nu juist niet stemmen door de verveling. In het dagelijks denken (‘im vulgären Verstand’) wordt de verveling nu eenmaal als storend, onaangenaam of onverdraaglijk ervaren en, dientengevolge, verworpen als een stemming die *geringwertig* *oder unwürdig* is.²⁰ ‘Men’ vlucht liever. Zo noemt Dostojevski de verveling een ‘diep en ondefinieerbaar lijden’; noemt Pessoa het een ‘ongesteldheid van de ziel’; en vindt Kierkegaard niets ‘zo gruwelijk - gruwelijk vervelend als de verveling.’²¹ Ook in *Waiting for Godot* stellen de protagonisten alles in het werk om niet door de diepe verveling gestemd te worden. Ze tappen grappen, spelen een spelletje, verkleeden zich, of stoeien wat.

¹⁷ R. Cormier & J. Pallister, *Waiting for Death. the philosophical significance of Beckett's 'En attendant Godot'*, 1979: 82

¹⁸ R. Safranski, *Heidegger en zijn tijd*, 2006: 245

¹⁹ R. Wisser, *Martin Heidegger – Unterwegs Im Denken (Symposium Im 10. Todesjahr)*, 1987: 88

²⁰ Ibidem: 93-94

²¹ In: L. Svendsen, *Filosofie van de Verveling*, 1997

En als er werkelijk niets te doen is, kletsen ze wat. Want iedere stilte moet gevuld, omdat de stilte hen bevestigt in een vermoeden van leegte (kader 2).

Kader 2, dialoog uit *Waiting for Godot*

<i>(lange stilte)</i>	
[Vladimir] 'Zeg iets!'	[Estragon] 'Ik heb alles geprobeerd!'
[Estragon] 'Ik zoek.'	[Vladimir] 'Nee, ik bedoel de schoenen.'
<i>(lange stilte)</i>	[Estragon] 'Is het de moeite waard?'
[Vladimir, <i>paniekerig</i>] 'Zeg in ieder geval iets!'	[Vladimir] 'Het zal de tijd verdrijven.'
[Vladimir] 'Als je ze eens zou proberen.'	<i>(Estragon aarzelt)</i>

0.2.1.1 Het Verdrijven van de Tijd

Voor Vladimir en Estragon is de tijd 'stil blijven staan' en ze laten niets na om de tijd te verdrijven.²² Ze passen eens een schoen en ouwehoeren oeverloos, maar tot een werkelijk vlug vlieden leidt het niet. Vol sarcasme meldt Vladimir dan ook: 'Wat vliegt de tijd toch als je je amuseert!'²³ Wanneer (de inmiddels blinde) Pozzo om hulp vraagt nadat hij ongelukkig ten val is gebracht door Lucky, twijfelen beide heren of ze wel aan de hulpvraag moeten voldoen. Na lang wikken en wegen (wat hebben we er aan? heeft Pozzo het wel verdiend? is het niet gevaarlijk?) besluiten ze het toch maar te wagen. Vladimir weet immers te overtuigen met het ultieme argument: 'We vervelen ons dood, dat is een feit. Goed. Nu is er wat afleiding en wat doen we? We maken er geen gebruik van!'

Hoewel 'men' in het dagelijkse leven 'het probleem' van de verveling inderdaad tracht op te lossen door de vertraagde tijd te verdrijven met verstrooiing, afleiding of amusement, is in Heideggers analyse het actief verdrijven van de tijd al door de verveling besmet. 'In dit verzet tegen de verveling, legt Awee Prins uit, 'wordt de verveling meer nadrukkelijk manifest.' De verveling raakt als het ware los van een 'vervelend ding' en het Dasein verwordt tot een 'verveelde'. Niet slechts het ding laat ons leeg, maar de wereld als geheel.²⁴ Het Dasein weet niets meer te beginnen, dan trachten de tijd te forceren (kader 3).

Maar door het actief verdrijven van de tijd zal het Dasein nooit uit de verveling raken. En door het mislukken van de poging, lijkt de gehele wereld vervelend. Het Dasein richt zich

²² S. Beckett, *Waiting for Godot*, 1952: 37

²³ Ibidem: 75

²⁴ A. Prins, manuscript *Uit Verveling*, 2006: hfdstk. 3.

dan alleen nog op het verdrijven van de tijd, waardoor ‘de dingen’ niets meer te bieden hebben: de wereld laat leeg. Het Dasein wordt, stelt Heidegger, *verveeld door* de dingen.²⁵

[Vladimir] ‘Herinner je het verhaal?’	[Estragon] ‘Laten we nu over iets anders beginnen, goed?’
[Estragon] ‘Nee.’	[Vladimir] ‘Ik wilde het je juist voorstellen.’
[Vladimir] ‘Zal ik het je vertellen?’	[Estragon] ‘Maar wáárover?’
[Estragon] ‘Nee.’	[Vladimir, wanhopig] ‘Ah!’
[Vladimir] ‘Het zal de tijd verdrijven’	

Kader 3, scène uit Waiting for Godot

0.2.1.2 | Het Tijdverdrijf

Heidegger onderscheidt vervolgens de dimensie van het tijdverdrijf. Het Dasein is nu niet *verveeld door* de dingen, maar *verveelt zich bij* de dingen. Het wederkerend voornaamwoord *zich* wijst hier reeds op de kern van de analyse: het Dasein kan nu niet langer de ‘wereld’, maar nog slechts ‘zichzelf’ als vervelend zien.

In het tijdverdrijf wordt ‘men’ niet geconfronteerd met het vertragen van de tijd. De tijd hoeft niet verdreven, ze ‘sleept’ niet.²⁶ Zo is de komst van Pozzo en Lucky een welkom tijdverdrijf voor Beckett’s protagonisten. Althans, dat constateert Vladimir vergenoegd bij het vertrek van het span (kader 4).

Kader 4, scène uit Waiting for Godot

[Beiden, <i>zwaaiend</i>] ‘Adieu! Adieu!’	[Estragon] ‘Het zou sowieso voorbij zijn gegaan.’
[Pozzo] ‘Opstaan Varken (<i>geluid van opstaan Lucky</i>) ‘Vooruit!’ (<i>Exit Pozzo en Lucky</i>) (<i>lange stilte</i>)	[Vladimir] ‘Ja, maar niet zo vlug.’ (<i>stilte</i>)
[Vladimir] ‘Dát verdreef de tijd.’	[Estragon] ‘Wat zullen we nu doen?’ [Vladimir] ‘Ik weet het niet.’ (<i>stilte</i>)

Maar de tijd mag dan minder ‘slepend’ zijn tijdens het tijdverdrijf, zij is nog steeds vervelend. In zijn analyse beschrijft Heidegger een soiree, een avondje dat ‘omvliegt’: het gezelschap is onderhoudend, de dranken en spijzen zijn uitstekend en na een verbaasde blik op de klok (al zo laat?) wordt afscheid genomen. Maar de ‘geslaagde’ avond geeft een vervelende nasmaak.

²⁵ R. Wisser, *Martin Heidegger – Unterwegs Im Denken (Symposium Im 10. Todesjahr)*, 1987: 89

²⁶ *Ibidem*: 88-89

‘Wij herinneren het onderdrukte geeuwen’, legt Awee Prins uit, ‘het trommelen met de vingers op het tafelblad tijdens de toch vermakelijke toespraken; waar wees dat op? Hierop: dat wij ons eigenlijk al die tijd hebben verveeld. Dat is op z’n minst opmerkelijk. Niets hinderde ons. Er was geen sprake van dingen die zich hebben ‘ontzegd’, noch van dingen die ons niet hebben ‘vervuld’. Integendeel: wij deden ons te goed aan uitgelezen spijzen, maltwhiskey’s en Monte Christo’s.’²⁷ Ook voor Vladimir en Estragon kan het geboden tijdverdrijf de verveling niet verdrijven. De eigenaardige ontmoeting, het vermakelijke dansje van Lucky en zelfs de begeesterde toespraak van Pozzo, ‘verkorten’ slechts de tijd. Na enig doorvragen van Pozzo, komen de beide heren ook tot dit besef (kader 5).

Kader 5, scène uit *Waiting for Godot*

[Pozzo] ‘Hoe vond u me?’ ‘Goed?’	[Estragon] ‘Een beetje.’
middelmatig? niet bijzonder? zo-zo?	[Pozzo] ‘En u, meneer?’
Werkelijk slecht?	[Vladimir] ‘Ik ben beter vermaakt.’ (...)
[Vladimir] ‘Oh heel goed, heel goed.’	[Pozzo] ‘U bent correct geweest. En nu vraag ik
[Estragon] ‘Oh heel goed, heel heel goed. (...)	me af wat ik op mijn beurt kan doen voor deze
[Pozzo] vond u het vervelend?	brave mensen, die zich zo vervelen?

Kon de verveling bij het verdrijven van de tijd nog naar de ‘dingen’ verwijzen, bij het tijdverdrijf verwijst zij nadrukkelijker naar het Dasein. In het tijdverdrijf zijn er immers geen ‘dingen’, waaraan de verveling kan worden toegeschreven. Ook hoeft er geen tijd verdreven te worden, hoeft er geen ‘tussentijd overbrugd’²⁸ te worden. Toch is in het tijdverdrijf de verhouding van het Dasein tot de tijd verstoord. In het tijdverdrijf immers, ‘neemt’ het Dasein de tijd. En, zo legt Awee Prins uit, ‘wanneer wij *de tijd nemen* brengen wij de tijd tot stilstand. De tijd verwordt in het tijdverdrijf tot een langgerekt nu (‘gedehntes Jetzt’), zonder enige uitstraling naar verleden en toekomst.’²⁹

Aldus worden we in het tijdverdrijf gegijzeld door de ‘stilstaande tijd’, een ‘langgerekt nu’, terwijl de wereld bestaat uit beschikbare ‘dingen’ die ons leeg laten. De verveling is nu dieper, zonder afgebakende termijn en zonder ‘iets’ dat aanwijsbaar vervelend is.

²⁷ A. Prins, manuscript *Uit Verveling*, 2006: hfdstk. 3.

²⁸ Ibidem

²⁹ Ibidem

0.2.1.3 | Diepe Verveling

Heidegger onderscheidt nog een derde dimensie van de stemming: de diepe verveling. In de diepe verveling laat de tijd zich niet verdrijven en is ieder tijdverdrijf onmogelijk. Het Dasein *verveelt zich* niet *bij* iets en wordt ook niet *verveeld door iets*. Het kan slechts constateren: ik verveel me. Een uitdrukking die wijst op een ‘drievoudige negativiteit’: een leeg zelf, een leeg geheel en de betrekkingloosheid als negatieve betrekking.³⁰ In de diepe verveling wordt het Dasein gestemd tot onverschilligheid (‘die ganze Situation ist gleichgültig’); alles is me even vervelend.³¹

Schema 1, dimensies verveling

1 ^e dim.: verdrijven van tijd: <i>‘verveeld worden door iets’</i>	2 ^e dim.: tijdverdrijf: <i>‘zich vervelen bij iets’</i>
3 ^e dim.: diepe verveling: <i>‘ik verveel me’</i>	

Overigens is de diepe verveling geen noodzakelijk gevolg van de meer oppervlakkige gestalten van de verveling, maar veeleer de mogelijksvoorwaarde. De diepe verveling is als het ware de fundering onder de verschillende gestalten van de stemming (zie schema 1).

In de diepe verveling is de verhouding van het Dasein tot de tijd radicaal verstoord. We zagen in eerdere dimensies van de stemming dat de tijd ‘overbrugd’ moest worden of tot een ‘langgerekt nu’ werd. In de diepe verveling nu, is het Dasein onttrokken aan het verloop van de tijd. Er is geen toekomst, geen verleden en zelfs geen heden meer (‘Es gibt keine Zukunft, keine Vergangenheit und keine Gegenwart mehr’).³² En dus stopt de tijd.

In zijn analyse noemt Heidegger dit het *bannen* van de tijd. Wanneer het tijdverdrijf en het verdrijven van de tijd onmogelijk zijn geworden, is het Dasein zowel *verbannen* uit de drievoudige horizon van *verleden - heden - toekomst*, als volledig in de *ban* van de tijd. Dientengevolge wordt hij gedwongen te luisteren naar hetgeen de stemming te zeggen heeft.³³ Maar wat nu, dwingt de diepe verveling ons te verstaan? Wat nu, heeft de diepe verveling ons ‘te zeggen’? Wat nu, worden we gewaar als de ruimte leeg laat en de tijd bant?

³⁰ R. Safranski, *Heidegger en zijn tijd*, 2006: 245

³¹ R. Wisser, *Martin Heidegger – Unterwegs Im Denken (Symposium Im 10. Todesjahr)*, 1987: 91

³² A. Prins, manuscript *Uit Verveling*, 2006: hfdstk. 3

³³ A. Prins, manuscript *Uit Verveling*, 2006: hfdstk. 3

0.2.2 | De Verveling Spreekt: onbepaaldheid, tijdelijkheid, immanentie

In de verveling, weten we nu, is de verhouding van het Dasein tot de ruimte (vgl. *space*) en de tijd (vgl. *time*) verstoord. Maar Heidegger wil in zijn analyse niet alleen het wezen van de stemming doordenken. Hij wil ook doorheen de oppervlakkige verveling, tot een beter verstaan van de diepe verveling komen, om vervolgens te kunnen doordringen tot het wezen van de tijd.

De *leeggelatenheid* van de diepe verveling maakt van het Dasein een ‘*uitgeleverd-zijn aan het in het geheel nietszeggende zijnde*’.³⁴ Paradoxalerwijs volgt uit deze *ontzegging van het zijnde in het geheel*, juist datgene wat de stemming te zeggen heeft. Het ‘*im Versagen selbst liegende sagen*’ wil het Dasein enerzijds de braakliggende mogelijkheden (‘braakliggende Möglichkeiten’) en anderzijds het mogelijk makende (‘das Ermöglichende’) openbaren. Of juist: het wil het Dasein *als* braakliggende mogelijkheid openbaren.

Voor Heidegger nu, is het Dasein geen *bepaalde*, maar juist *onbepaalde* braakliggende mogelijkheid. Want waar de bepaalde mogelijkheid veronderstelt dat het Dasein een door traditie, religie of ideologie gegeven zin (vgl. betekenis en richting) heeft, daar veronderstelt de onbepaalde mogelijkheid dat het Dasein de last moet dragen om zin aan zijn bestaan te verlenen. In de verveling is deze last te zwaar gebleken waardoor het zijnde geheel nietszeggend wordt en het Dasein continue een leeg ogenblik ervaart. De tijd bant, waardoor de tijdelijkheid van het Dasein, het mogelijk makende van het bestaan, zich opdringt.³⁵ Met andere woorden, het Dasein wordt aangesproken op zijn sterfelijkheid, waardoor de mogelijkheid zich openbaart, om Awee Prins te parafaseren, van een leven vóór de dood.

Wanneer Heidegger spreekt over *het geheel nietszeggende zijnde*, doelt hij dan ook niet op de religieuze wanhoop van Pascal die alleen ‘de stilte van de eindeloze ruimte’ ervaart, of op de metafysische vertwijfeling van Nietzsches dolle mens die na de dood van god al ‘dolend door een oneindig niets, de adem van lege ruimte in het gezicht’ voelt. Heideggers doordenken van de verveling zinspeelt immers niet op een metafysisch transcendentiaal geheim, maar op een metafysisch immanent geheim, analoog aan Nietzsches kreet *blijf de aarde trouw!* Samengevat, openbaart de diepe verveling dat we beschikken over mogelijkheden, binnen de grenzen van onze tijdelijkheid op aarde.

³⁴ R. Safranski, *Heidegger en zijn tijd*, 2006: 245

³⁵ A. Prins, manuscript *Uit Verveling*, 2006: hfdstk. 3

0.3 | De Logica van de Verveling

In zijn essay *Langeweile* (1924) stelt de Duitse socioloog Siegfried Kracauer dat in het dagelijkse leven de verveling geen gelegenheid heeft om zich uit te spreken omdat we leven in een cultuur van afleiding en verstrooiing. ‘Zelfs als men niets wil doen’, zo meent hij, ‘wordt men iets aangedaan.’ Zo beschrijft hij een avondwandeling die begint in verveling, ‘een leegte waaruit een volheid zou kunnen ontstaan’, maar waaruit men al snel wordt verbannen door de neonlichten van de *advertisements*, door de films in de bioscopen en de flarden muziek uit de kroegen. En wanneer men naar huis is weergekeerd, wacht de radio alweer om de ruimte te vullen met ‘Londen, de Eiffel Toren en Berlijn.’ In het leven van alledag, zo constateert Kracauer, is de verstrooiing ontvluchten een onmogelijkheid geworden³⁶, waardoor, om in Heideggers termen te blijven, de diepe verveling niet de braakliggende mogelijkheid van het Dasein kan openbaren.

Hoewel Kracauer overduidelijk geïnspireerd is door Heideggers denken over de verveling,³⁷ is zijn analyse van een cultuur van verstrooiing op z'n minst merkwaardig te noemen. Het Dasein wordt immers niet iets aangedaan, zoals Kracauer beweert, maar het wil nu juist niet niets – het wil altijd iets. Volgens Heidegger wordt in het dagelijkse denken (‘im vulgären Verstand’) de verveling immers als storend en onaangenaam ervaren, waardoor de stemming te allen tijde ontvlucht wordt. En ook volgens Nietzsche (1882) moet men ‘haar uitwerking bij zichzelf afwachten.’ Om daar nog aan toe te voegen: ‘...en juist dat is wat geringere naturen onder geen beding over zich kunnen verkrijgen.’³⁸ In *Overload and Boredom* (1986) noemt de Amerikaanse socioloog Orin Klapp de alomtegenwoordigheid van afleiding dan ook een ‘sociaal placebo’ dat niet moet worden gezien als een gebrek aan verveling, maar juist als een indicatie van de stemming.³⁹ Wat Kracauer een cultuur van verstrooiing noemt, moet dus eigenlijk een cultuur van verveling genoemd worden.

0.3.1| Verveling, Herhaling, Transgressie

Het is een omkering die voortvloeit uit de gemeenplaats én misvatting dat de verveling ontstaat door de herhaling van ervaring en de ervaring van herhaling en dus kan worden verdreven door steeds weer nieuwe (dus: andere of intensere) ervaringen. In

³⁶ S.Kracauer, *Langeweile*, 1924, in: *The Mass Ornament: Weimar Essays*, 1995: 331-334

³⁷ Zo spreekt hij over vulgaire en radicale verveling en de noodzaak om het geduld op te brengen om de verveling te laten spreken over de grote passie die de verveling zou kunnen beëindigen.

³⁸ F. Nietzsche, *Die fröhliche Wissenschaft*, 1882: aforisme 42

³⁹ O. Klapp, *Boredom and Overload - essays on the quality of life in the information society*, 1986: 1

Filosofie van de Verveling (1999) noemt de Noorse filosoof Lars Svendsen dit het volgen van de transgressielogica: 'een streven naar bevrediging die alleen in het nieuwe kan schuilen.'

In de roman *het leven uit een dag* (1986) schetst A.F.Th. van der Heijden een wereld waar een mensenleven slechts één etmaal omspant, slechts één zon en één maan, en dientengevolge, 'een wereld waar alles, elk verschijnsel, elke handeling, belang en intensiteit krijgt' door de eenmaligheid en onherhaalbaarheid ervan. In het leven uit een dag zijn alle vormen van herhaling immoreel en onaanvaardbaar. 'Niets is erger dan de herhaling van iets dat bij het eerste optreden al voortreffelijk was', zo leert ons de priester, 'het betekent de vernietiging van die voortreffelijkheid. De hel, dat is de onophoudelijk vernietiging van alles wat in aanleg, dat wil zeggen bij gratie van zijn eenmaligheid, goed was.'

De jongelingen Benny Wult en Gini Trades worden verliefd, verlangen na de daad naar meer, en overtreden het verbod op herhaling. Ze worden gesnapt, veroordeeld, en ter dood gebracht. Natuurlijk heeft Benny - als zondig mens - geen plaats verdiend in een hemels *hierna*-maals. De plaats waar de jongen aankomt, is een wereld van 'nimmer aflatende herhaling', waar 'de ene dag nauwelijks zal verschillen van de andere'- een hels hier-*nogmaals*. Uiteindelijk vindt de jongen zijn geliefde Gini niet meer terug en gaat hij werken in een bordeel. Het verlangen naar liefde verwordt in de neukfabriek tot een verlangen naar lust. De machinale herhaling van de daad, zonder zijn geliefde Gini, onthult echter al snel een leegte: orgasme na orgasme na orgasme wordt de bevrediging onbevredigender. De herhaling van ervaring en de ervaring van herhaling slaan de jongen met verveling. De roman eindigt dan ook in een verzuchting: 'Morgen is er weer een dag. En overmorgen nog een. Herhaling. Verveling.'⁴⁰

Alles overziend, stemt de herhaling van 'de eerste keer' dat Benny seks heeft uit liefde niet tot verveling, terwijl de herhaling van de eerste keer dat hij seks heeft als hoer wél tot verveling stemt. Blijkbaar heeft de dood van Gini (lees: de dood van God) de seksuele daad voor Benny zinloos gemaakt. Het verhaal van *het leven uit een dag* leert ons dus dat alleen de herhaling die zinloos is tot verveling stemt. Het liefdesspel is voor Benny een spel uit onvervuld verlangen geworden – en dan wordt zelfs een orgasme onbevredigend.

Patrick Bateman, de verveelde yup uit Easton Ellis' *American Psycho*, volgt dan ook de transgressielogica om zijn orgasme bevredigend te houden. Zijn bewegingen rond een

⁴⁰ A.F.Th. van der Heijden, *Het Leven uit een Dag*, 1988

oneindig woestijnlandschap construerend, foltert hij zijn slachtoffers voor, tijdens of na de seks. Deze perversiteiten zijn onderdeel van een spel dat zijn bewegingen betekenis moet verlenen, maar bij elke herhaling van zetten verliest het spel aan betekenis en gaat vervelen. Om niet te geraken in het woestijnachtige gebied dat ligt achter de herhaling van ervaring en de ervaring van herhaling, moet hij de regels van het spel steeds overschrijden. Zonder nu het zoeken naar afleiding en verstrooiing te willen vergelijken met het folteren van vrouwen, is de logica van Bateman wel degelijk de logica die wij allemaal volgen in het dagelijks leven: 'dit is gewoonweg, hoe de wereld, mijn wereld, reilt en zeilt.'⁴¹

In zijn essay *Over de Herhaling* (1999) stelt Stefan Hertmans dat de verveling doet 'vermoeden dat achter de herhaling (...) een woestijnachtig gebied ligt.'⁴² Samengevat is de logica van verveling dan ook de een logica van transgressie. In de verveling willen we de tijd verdrijven door een continue zoeken naar het tijdverdrijf, de afleiding en de verstrooiing van de nieuwe ervaring. 'We hebben eindelijk een manier gevonden', zo constateert Baudrillard, 'om een dialectiek van betekenis ('dialectics of meaning') te vermijden die begon te vervelen: een passie voor intensiveren, voor escalatie, voor ecstasy.'⁴³ Ook Frederic Jameson spreekt in *Postmodernism* (1984) over een cultuur met een nieuwe emotionele grondtoon, een cultuur van intensiteiten.⁴⁴

0.4| Vraagstelling, Opzet & Verantwoording

Nu wordt de hedendaagse cultuur wel vaker beschreven als intens, euforisch of sensationeel in het postmoderne discours. In *Data Morgana* wil ik echter aantonen dat wanneer men spreekt over een cultuur van intensiteiten, dit een Kracaueriaanse omkering is, en men eigenlijk moet spreken over een cultuur van verveling. We willen de diepe verveling gewoonweg niet verstaan, waardoor we al vluchtend de tijd verdrijven door het volgen van de transgressielogica. De vraagstelling luidt dan ook:

- Stemt het dagelijkse leven in onze postmoderne cultuur tot verveling?

Zo ja, waarom stemt onze cultuur tot verveling?

- Zijn er dagelijkse praktijken waarbij de logica van de verveling wordt gevolgd?

Zo ja, bij welke praktijken?

⁴¹ B. Easton Ellis, *American Psycho*, 1991

⁴² S. Hertmans, *Het bedenkelijke*, 1999: 63-92

⁴³ J. Baudrillard, *Fatal Strategies*, 1983, vertaald 1999: 7-9

⁴⁴ F. Jameson, *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*, in: M. Hardt & K. Weeks, *The Jameson Reader*, 2000: 193

Ik zal bovenstaande vragen beantwoorden in twee delen van drie hoofdstukken, die thematisch met elkaar verbonden zijn.

In het eerste deel, *Postmodern zijn*, zal ik betogen dat het dagelijkse leven in onze postmoderne cultuur tot verveling stemt. In drie hoofdstukken zal ik schetsen wat postmodern zijn is en waarom postmodern zijn tot verveling leidt. Zo zal ik in hoofdstuk 1, *Van het Hierna-maals naar het Hier-nogmaals*, het postmoderne paradigma omschrijven als passief nihilistisch; in hoofdstuk 2, *Megalopolis*, de postmoderne plaats omschrijven als een grootstedelijke ruimte; en in hoofdstuk 3, *Voorbij het Einde naar het Nu*, de postmoderne tijd omschrijven als een continue nu.

Vervolgens zal ik in het tweede deel, *Postmoderne praktijken*, betogen dat we in het leven van alledag een logica van verveling volgen. Thematisch verbonden met de hoofdstukken van *postmodern zijn*, zal ik schetsen welke dagelijkse praktijken men massaal aanwendt om de verveling te verdrijven. Zo zal ik de verschillende logica van verveling blootleggen die voortvloeien uit passief nihilistisch, grootstedelijk en continue nu zijn, door in hoofdstuk 4, *Een economie van Verveling*, de transgressielogica onder het consumeren van waren; in hoofdstuk 5, *Een geografie van Verveling*, de transgressielogica onder het consumeren van beelden van waren; en in hoofdstuk 6, *Een Technologie van Verveling*, de transgressielogica onder het consumeren van beelden als waren te tonen.

Uiteindelijk zal ik in de epiloog, *Data Morgana*, de verschillende delen weer met elkaar verbinden, waarbij zal blijken dat we in het leven van alledag proberen te ontsnappen aan een oneindig woestijnlandschap door het spoor van een Data Morgana te volgen – een mirage van betekenaren, beelden, informatie en, uiteindelijk, data.

De termen ‘dagelijks leven’ en ‘praktijken van alledag’, zoals hierboven gebruikt, zijn uitermate vaag en problematisch. In zijn introductie op *The Everyday Life Reader* (2002) stelt Ben Highmore echter dat er grofweg twee posities zijn te onderscheiden in het intellectuele debat over het dagelijks leven en de praktijken van alledag - een micro- en een macropositie. De micropositie wil het dagelijkse leven bestuderen door individuele, particuliere praktijken te analyseren, en de macropositie bestudeert het dagelijkse leven door een analyse van gemeenschappelijke, collectieve machtsstructuren (‘the particular and the general’).⁴⁵ Hij schematiseert dit als volgt (schema 2):

⁴⁵ B. Highmore, *The Everyday Life Reader*, 2002: 1-11

Schema 2, Posities in het <i>Everyday Life</i> Debat	
Micro-analysis	Macro-analysis
Particular	General
Agency	Structure
Experiences/Feelings	Institutions/Discourses
Resistance	Power

Het moge duidelijk zijn dat ik in het onderstaande zal neigen naar een macropositie, van waaruit ik het tot verveling stemmende leven van alledag zal beschrijven aan de hand van het discours over de postmoderniteit.

Nu is de etymologische stam van discours het Latijnse verbum *discurrere*, dat zoiets betekent als *het rennen naar alle richtingen tegelijk*. En toegegeven, het discours over de postmoderniteit heeft ook wel wat weg van een debat dat alle richtingen tegelijk op gaat. Zelfs zoveel richtingen dat *The Modern Day Dictionary of Received Ideas* (1987) verleid werd tot de cynische grap: 'This word has no meaning. Use it as often as possible.'⁴⁶

In het cultuurtheoretische discours is dan ook geen consensus omtrent de status van het postmodernisme, de postmoderniteit of de postmoderne theorie. In *Postmodernism* (1990) vraagt Jameson naar de mogelijkheid van een coherente theorie ('internally self-coherent theory') over de postmoderniteit. Het empirische antwoord is, zo schrijft hij, 'that none have so far appeared.'⁴⁷ In *Data Morgana* zal dan ook niet zo een coherente theorie worden uiteengezet. Wel zullen de verschillende schetsen van de postmoderniteit leiden tot een samenhangend beeld van een tot verveling stemmende cultuur en haar logica. Ieder hoofdstuk zal aansluiting zoeken en vinden bij het postmoderne discours, waarbij de positie binnen het discours per thema (paradigma, plaats of tijd) bepaald zal worden.

Om toch enig houvast te krijgen, moet worden aangetekend dat de concepten postmodernisme, postmoderniteit, en postmoderne theorie niet, zoals het *Modern Day Dictionary of Received Ideas* grapt, betekenisloos zijn, maar respectievelijk verwijzen naar een hedendaagse kunststroming, een historisch tijdvak én een intellectuele attitude ten aanzien van ons dagelijks leven.⁴⁸ Zo zal in het bestek van dit werk de term postmoderniteit verwijzen naar het historische tijdvak na de Tweede Wereldoorlog, waarin, zoals we later zullen zien, een einde aan de geschiedenis kwam en de consumptiemaatschappij zich in de

⁴⁶ M. Featherstone, *Consumer Culture and Postmodernism*, 2007:1

⁴⁷ F. Jameson, *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*, in: M. Hardt & K. Weeks, *The Jameson Reader*, 2000: 193

⁴⁸ M.G. Durham & D. Kellner (red.), *Media and Cultural Studies Keywords*, 2006: 26

volle breedte ontvouwde, en zal de postmoderne theorie vooral verwijzen naar het Franse intellectuele debat, de Franse *theoria* (vgl. zienswijze, perspectief)⁴⁹, over ons dagelijks leven in de postmoderniteit, temidden van een veelheid aan taalspelen en consumptiegoederen.

Overigens kent deze *theoria* een potpourri aan invloeden, zoals de semiotiek of het nihilisme, maar is ze vooral een postmarxistisch perspectief, of liever, een post-Mei '68 perspectief, op ons leven van alledag. Het intellectuele debat over de postmoderniteit heeft de afgelopen decennia immers vorm gekregen door cultuurtheoretici die op de een of andere manier - als inspirator, als student, als ideoloog, als commentator - betrokken waren bij de revolutie van mei '68, die op de een of andere manier de hoop op een revolutionaire verandering van het tot verveling stemmende kapitalistische technocratische systeem verloren zagen gaan en die nu dus niets anders resten dan vanuit postrevolutionair perspectief de conditie van de Westerse kapitalistische liberale democratie te bestuderen.⁵⁰

'Elke revolutionaire beweging is een onderdeel van de eigen tijd en cultuur, en deze kon onmiddellijk geïdentificeerd worden als het product van een tijdperk van verminderende verwachtingen.', zo stelt de Amerikaanse psycholoog Christopher Lasch in een analyse van de revolutionaire bewegingen van de jaren zestig en zeventig aan de hand van de memoires van Susan Stern, lid van de *Weathermen* groepering. 'Voor even vulde de 'radicale politiek...lege levens, [en] gaf een gevoel van richting en betekenis, van zin.'⁵¹ Voor even kon men hopen op een dagelijks leven dat niet tot verveling stemt. Voor even...

Want, zo constateert Iggy Pop cynisch ná de revolutie. 'It's 1969 now.'

It's 1969 okay all across the USA	It's 1969 okay all across the USA
It's another year for me and you	It's another year for me and you
Another year with nothing to do	Another year with nothing to do
Last year I was 21, I didn't have a lot of fun	Another year with nothing to do
And now I'm gonna be 22,	It's 1969 now
I say oh my and a boo-hoo	baby

⁴⁹ M.G. Durham & D. Kellner (red.), *Media and Cultural Studies Keywords*, 2006: 3

⁵⁰ Denk aan Francois Lyotard, Jacques Derrida, Jean Baudrillard, Jacques Lacan, Guy Debord etc.

⁵¹ C. Lasch, *Culture of Narcissism*, 1978: 7-13

1^e DEEL

POSTMODERN ZIJN

Paradigma Plaats Tijd



Fig. 1, Zicht op Las Vegas, vanuit de woestijn.

‘Come inside the wasteland...’

Radiohead, albumhoes OK Computer,

www.radiohead.com

Hoofdstuk 1.

Van een Hierna-maals Naar een Hier-nogmaals

Gott ist Tod.

F. Nietzsche, 1882

Today...ideologies are exhausted.

D. Bell, 1960

Everything ends in perfume, the truth is so boring.

Soulwax, 2004

1.1 | Hierna-maals

In *The End of History* (1989) stelt Francis Fukuyama onomwonden dat het ‘einde van de universele geschiedenis van de mens’ daar is. De menselijke geschiedenis heeft voldaan aan de interne logica van de rede en haar ideologische *telos* (doel) bereikt. De kapitalistische liberale democratie is het eindpunt van een ideologische evolutie gebleken.⁵² Hoewel Fukuyama sterk bekritiseert is om zijn bewering, staat zijn argumentatie, hoe zelfvoldaan ook, in een lange filosofische traditie.⁵³ Een Westerse filosofische traditie, vooral. De idee dat de geschiedenis een richting, een *telos* en een eind heeft komen we immers ook tegen in het Christelijk denken én bij denkers als Immanuel Kant (1724-1804), Georg Hegel (1770-1831) en Karl Marx (1818-1883). Allen proberen de geschiedenis van de mensheid als één universeel verloop te denken, waarbij het uiteindelijke en ultieme doel een ideaal, een utopie, een aards paradijs, of nog, een aards Hierna-maals is.

Zulks is wezenlijk voor het project van de moderniteit, het moderne. Het moderne discours legitimeert zich áltijd door te refereren aan een metadiscours, door zich te verankeren in historische en wetenschappelijke *grand récits*, zoals Kant’s emancipatie van de rede, Hegel’s dialectiek van de geest en Marx’ emancipatie van de arbeider. Het moderne discours hecht blijkbaar sterk aan een geloof in vooruitgang, een progressieve loop van de geschiedenis, waardoor verleden, heden en toekomst geordend worden, een zinvolle samenhang krijgen en dus betekenis en richting kunnen verlenen aan het leven van alledag.

⁵² F. Fukuyama, *The end of History*, in: *The National Interest*, 1989

⁵³ R. van den Akker, *wees niet al te voldaan*, in: *NRC Handelsblad*: januari 2003

1.1.1 | Een Geschiedenis van het Einde...

'Today', zo stelde Daniel Bell al in 1960 (!), 'Ideologies are exhausted.' Hoewel de jaren '60, door de Cubacrisis (1962), de studentenrevolte (mei 1968) en de Praagse Lente (1968), nog roerig zouden worden en de Berlijnse Muur nog lang niet gevallen was (1989), heeft zijn these in *The End of Ideology* een voorspellende waarde gehad. Ruim veertig jaar later, zo zagen we hierboven, sluit ook Fukuyama aan bij de stelling dat zowel geschiedenis als ideologie een eindpunt heeft bereikt in de westerse liberale democratie.⁵⁴

In het 'westen' heeft de idee van een progressief verloop van de geschiedenis onder invloed van het Christelijk denken reeds postgevat in pre-moderne tijden. De Bijbelse verwachting ('alles wordt nieuw...de hemel en de aarde') van het 'eind der tijden' is lang dé telos van het menselijk handelen geweest. In verschillende essays aangaande de universele geschiedenis van de mens ontwikkelt Kant een moderne én seculiere variant van het Christelijke geschiedverhaal. Wanneer we de loop van de geschiedenis bekijken vanuit 'a cosmopolitan point of view', zo merkt hij op, zijn we in staat om in datgene wat complex en chaotisch is voor de individuele mens, een patroon te herkennen dat vooruitwijst - als een 'guiding thread' - naar een uiteindelijk en ultiem doel van de geschiedenis van de mensheid.⁵⁵ Dit uiteindelijke en ultieme doel, de telos die besloten ligt in de universele geschiedenis van de mensheid, is het 'Kingdom of Ends', een koninkrijk van eeuwige vrede ('perpetual peace' en absolute vrijheden.⁵⁶ Het koninkrijk was volgens Kant echter niet bereikbaar, het was veeleer *als of* de geschiedenis zich voortdurend in de richting van het einddoel bewoog. De mens dient, in zijn visie, echter wel zijn ratio in te zetten in een continu streven naar het einddoel. Het hierna-maals is dus aards, nastreefbaar, maar zal nooit bereikt worden. Het is een horizon, waarnaar de mens zich kan richten.

Later zou ook Marx stellen dat de geschiedenis een unicitair verloop heeft, richting een eindpunt. De geschiedenis zou zich, door de eeuwige klassenstrijd, bewegen naar een telos: de emancipatie van het proletariaat, ontworsteld aan het juk van het kapitalisme.⁵⁷

Hoewel moderne denkers als Habermas en Rorty een collectief project nog steeds mogelijk achten, lijkt in het populaire discours de idee ontstaan dat de geschiedenis geen *telos*

⁵⁴ D. Bell, *The End of Ideology*, 1960

⁵⁵ I. Kant, *Idea for a Universal History from a Cosmopolitan Point of View*, 1784, in: L. Beck (ed.), *Kant on History*, 2001: 11-12

⁵⁶ I. Kant, *What is Enlightenment?*, 1784; I. Kant, *Perpetual Peace*, 1795 in: L. Beck (ed.), *Kant on History*, 2001: 3-10, 85-135

⁵⁷ K. Marx & F. Engels, *Het Communistisch Manifest*, 1848

(hierna-maals) kent, ofwel dat, zoals Hegel stelt, de geschiedenis al voorbij haar *telos* is. Hegel sprak immers ook over een uiteindelijk en ultiem doel van de universele geschiedenis van de mens. Maar in tegenstelling tot Kant, meende hij dat het einddoel wel degelijk haalbaar is. Sterker nog, hij was van mening dat de mens al voorbij die horizon is. In zijn colleges stelt hij dat de dialectiek van de Geest, aanjager van de geschiedenis, volledig is doorontwikkeld en haar eindpunt heeft bereikt door de overwinning van de Napoleonistische legers, de idealen van de Franse revolutie uitdragend, op de Pruisische legers, het 'oude' Europa voorstellend, in de slag bij Jena (1806). In de Franse staatsvorm, met het credo Vrijheid, Gelijkheid & Broederschap is immers, in Hegel's visie het menselijke vermogen vrij te zijn gemaximaliseerd in en gewaarborgd door haar instituties.⁵⁸ Het is dan ook geen toeval dat Fukuyama's *Het Einde van de Geschiedenis en de Laatste Mens* grotendeels is gebaseerd op Hegel's denken. Zelfs zozeer dat een critica eens opmerkte dat Fukuyama zijn boek net zo goed 'a Hegelian analysis of Historical progress' had kunnen noemen, maar, zo voegde ze er nog fijntjes aan toe, dan had het waarschijnlijk minder verkocht.

1.1.2 | Het Einde van de Geschiedenis

In *The End of Modernity* (1988) veronderstelt Gianni Vattimo echter dat we niet langer kunnen volhouden dat de geschiedenis een unitair of dialectisch verloop kent of heeft gekend. Het 'sterke denken' waarin de dialectieken van Hegel en Marx zijn verankerd, is radicaal gerelativeerd waardoor het geloof aan de mogelijkheid van het project van de moderniteit is verloren.⁵⁹ In *De Transparante Samenleving* (1989) wijst hij de toenemende aanwezigheid van media in het dagelijkse leven aan als doorslaggevende factor voor de teloorgang van dit geloof. De veelheid aan kleine narratieven die in en door de media worden ge(re)presenteerd maken immers het gecentreerde perspectief van een 'groot narratief' en een eenheid van geschiedenis onmogelijk.⁶⁰

In 1979 al, stelde Francois Lyotard in zijn essay *La Condition Postmoderne* dat de *grand récits* - zo muntte hij de term - niet langer in staat zijn om de Westerse vertogen over

⁵⁸ G. Hegel, *Lectures on the Philosophy of World History: Introduction*, trans. H.B. Nisbet, 1998
Het Hogere doel, een nieuwe en betere wereld, is wellicht vervangen door het goede doel, een verbeterde wereld. Het goede doel is geen telos en geeft dus geen richting geeft aan de westerse mens om. Denk hierbij aan dierenleed, kinderleed, honger en ziekten

⁵⁹ G. Vattimo, *The End of Modernity*, 1988

⁶⁰ G. Vattimo, *De Transparante Samenleving*, 1989: 9-28

wetenschap, politiek en kunsten te legitimeren. Waar in het moderne denken de vertogen altijd gefundeerd zijn op een metavertoog, explodeert in het postmoderne denken dit metavertoog tot een gefragmenteerde pluraliteit aan vertogen.⁶¹ Elk vertoog of narratief nu, is een taalspel dat berust op expliciete of impliciete regels tussen de spelers. In tegenstelling tot waarheid en legitimatie als criteria voor de spelregels van het moderne vertoog, hanteren de postmoderne vertogen slechts doelmatigheid als criterium. De regels van het spel kunnen immers wijzigen al naar gelang de spelers willen overtuigen, weerleggen, verleiden, aantonen, voorschrijven of enthousiasmeren.⁶²

De radicale relativisering van absolute waarheden houdt volgens critici van het postmoderne denken verband met een sterk cultuurrelativisme. Wanneer 'niets' bepaalt dat de regels van het ene taalspel te prefereren zijn boven de regels van een ander taalspel, of dat de ene waarheid te verkiezen is boven een andere waarheid kun je immers, in deze optiek, alleen concluderen dat 'anything goes'⁶³. Wanneer de woorden en de dingen eenzelfde soortelijke gewicht bezitten, is alles relatief even licht.

1.2 | Hier-nogmaals

Het is een onverschilligheid die vaak verward wordt met een nihilistische levenshouding. Maar waar nihilisme inderdaad een radicale relativisering van absolute waarheden is, moet er wél onderscheid worden gemaakt tussen een passief en een actief nihilisme. In Nietzsches denken is passief nihilisme immers het simpelweg uitvlakken van een horizon (het radicaal relativiseren van een waarheid), zonder een nieuwe, geheel eigen, horizon te trekken. En dan, om met de Vlaamse band Soulwax te spreken, *everything ends in perfume*. Want wanneer elke waarheid *boring* is, wordt het bestaan zo relatief dat het even decadent als vluchtig is. In de proloog zagen we echter dat niet zozeer de waarheid *boring* is, maar de zinloosheid van het bestaan. Het is dan ook noodzaak om na de radicale relativisering van absolute waarheden, het leven weer zin te geven. En dát is actief nihilisme. In *Het Romantisch Verlangen in (Post)moderne Kunst en Filosofie* (1990) maakt Jos de Mul een soortgelijk onderscheid wanneer hij stelt dat modern zijn een te veel aan enthousiasme en een tekort aan ironie is én dat postmodern zijn een teveel aan ironie en een tekort aan

⁶¹ F. Lyotard, *La Condition Postmoderne*, 1979

⁶² uiteenzettingen over het denken van Lyotard treft men onder andere aan in:

M. Sarup, *An Introductory Guide to Post-structuralism and Postmodernism*, 1988: 129-133;

H. Oosterling, op: www.henkoosterling.nl

⁶³ postmodern lingo, doelend op de vermeende mateloosheid of grenzeloosheid van het postmodernisme.

enthousiasme is.⁶⁴ We hebben de absolute waarheden wél radicaal gerelativeerd met het wapen van de ironie, maar we ontberen, als passief nihilisten, het enthousiasme om een nieuwe en menselijke horizon te bepalen. En dát terwijl postmodern zijn, volgens Vattimo, dé kans is op ‘een nieuwe (misschien eindelijk) menselijke bestaanswijze’ waarin aan ‘het sterke denken’ een einde is gemaakt.⁶⁵

In het denken van Nietzsche moet die kans, zoals gezegd, invulling worden gegeven door een actief nihilisme, waarin een besef van ‘de eeuwige wederkeer van het gelijke’ de mens tegelijkertijd verlicht van de last van geschiedenis alsook verzwaard met de last van nietigheid. In Nietzsches cryptische bewoordingen moet deze ondraaglijke lichtheid van het bestaan bemind (‘Amor Fati’) en bespeeld (‘Übermensch’) worden. Dit vereist zowel zwaarmoedigheid als lichtvoetigheid. Na het wissen van de metafysische horizonten van de moderniteit nu, moeten de eigen fysische horizonten bepaald worden. We moeten, met andere woorden, van een collectief project en een hierna-maals, naar een individueel project en een hier-nogmaals.

Waar de actieve nihilist na het einde van ‘de witte terreur van de waarheid’⁶⁶ zijn kans grijpt, blijft de laatste mens passief nihilistisch. De onwil en de onmacht om die kans níet actief in vullen leidt, in sommige gevallen, tot het relativiseren (‘anything goes’) waar criticasters van het postmoderne denken zo over huiveren. Maar vaker nog, is het lichtvoetig zijn zonder zwaarmoedigheid. In *Also Sprach Zarathustra* (1891) lachen de laatste mensen dan ook de aansporingen van Zarathustra weg. ‘We hebben toch het geluk ontdekt!’, honen ze. ‘We hebben toch onze kleine pleziertjes voor de dag en onze kleine pleziertjes voor de nacht!’⁶⁷ Het is dit kleine geluk van kleine pleziertjes, dat de laatste mens het verlangen ontnemt een *zin*-vol bestaan te creëren.

Voor nu volstaat het om te constateren dat postmodern zijn gekenmerkt wordt door een ongeloof aan geschiedenis en *grand récits*. Hoewel het einde van de geschiedenis als eenheid (bv. Hegel, Fukuyama) en het einde van de eenheid van de geschiedenis (bv. Vattimo, Lyotard) onverenigbaar lijken, delen ze immers, in hun uiterste consequentie, een onmogelijkheid om de geschiedenis van de mensheid nog als een project te denken. Of nog, als een voortgaand proces met een specifieke zin (vgl. richting én betekenis), met een

⁶⁴ J.de Mul, *Romantic Desire in (post)modern Art & Philosophy*, 1990: 19-21

⁶⁵ G.Vattimo, *The End of Modernity*, 1989

⁶⁶ F.Lyotard, *La Condition Postmoderne*, 1984 : 35

⁶⁷ F.Nietzsche, *Also Sprach Zarathustra*, 1892: proloog 3

gesloten horizon. Met een Hierna-maals. De visie van Fukuyama op de loop van de geschiedenis is echter, naar mijn mening, illustratief voor de visie die de dagelijkse praxis van de postmoderne grootstedelijke mens constitueert.⁶⁸ We willen en we kunnen niet meer vooruit. We zijn passief nihilistisch.

In hoofdstuk 2 zullen we zien dat de plaats van het postmodern zijn de polis is. Het is dan ook geen toeval dat - hoewel niet causaal - er wel degelijk kan worden gesteld dat er een verband is tussen de polis en de fragmentatie van de grote vertogen tot een pluraliteit aan individuele vertogen. De polis is immers van oudsher de plaats waar de pluraliteit aan taalspelen zich in de volle breedte kan ontvouwen. In *Risk Society: towards a new modernity* (1992) benadrukt de Duitse socioloog Ulrich Beck de kans (om bij Vattimo's bewoordingen te blijven) die de polis ons biedt.⁶⁹ De polis biedt immers ook ruimte aan het individualiseringsproces. Een proces dat leidt tot een vermindering van de dwang van traditionele 'normen en waarden' en een vermeerdering van de individuele vrijheid om eigen waarden te kiezen. In de polis zijn het immers niet langer de collectieve waarden van een politieke partij of een religieuze organisatie of de sociale controle van de burens of de familie die bepalen welke keuzes wat betreft levensovertuiging, geaardheid of wat dan ook gemaakt dienen te worden. We zullen echter ook zien dat waar de moderne metropolis de aanjager is van sociale processen als emancipatie en individualisering, de postmoderne megalopolis de plaats is waar deze processen reeds zijn voltrokken.

Nu het geloof aan een telos van de menselijke geschiedenis niet meer is, bevindt de postmoderne mens zich in een *comfort zone*, waarin zelfs rebellie, revolutie of terrorisme een functie is van een besef van superioriteit van het dominante liberaalkapitalistische systeem. In deze *comfort zone* is het verlangen naar een nieuwe en verbeterde wereld, hoe wrang ook, aan de kassa ingeruild voor het verlangen naar een nieuwe en verbeterde *diet coke* of *Levi's jeans* (hoofdstuk 4).

Het postmoderne is hetgeen dat *na* het moderne komt, *na* het einde. En toen?

⁶⁸Fukuyama en zijn idee van een einde van de geschiedenis, heeft verregaande invloed op het buitenlandbeleid van George Bush. 'Democracy is not God's gift to America, but it's God's gift to the world.', zei Bush ooit. De oorlogen, gestart na 9/11, zijn dan ook mede bedoeld om de staatsvorm 'democratie' te verspreiden. Saillant in dit verband, zijn ook de woorden van Immanuel Kant: 'who has a numerous and well-disciplined army to assure public peace, can say: "argue as much as you will and about what you will, only obey!"'

⁶⁹ U. Beck, *The Risk Society*, 1992: 87-90

Hoofdstuk 2.
MEGALOPOLIS

The great metropolis will dwindle to what we would call a massive shopping mall, while the productive life of society would take place in the decentralized city.

R. Fishman, 1987

The city is an addictive machine from which there is no escape.

R. Koolhaas, 1978

Let's take a ride...in suburbia.

The Pet Shop Boys, 1986

2.1| VAN METROPOLIS NAAR MEGALOPOLIS

In de eerste helft van de twintigste eeuw is de moderne metropolis door de proliferatie van hoogbouw, gemotoriseerd verkeer, elektrisch licht, billboard- en neonreclame én de bevolkingsaanwas even chaotisch als caleidoscopisch. Hoewel dit de zinnen prikkelde van - vooral avantgardistische - schilders, regisseurs en schrijvers, was de congestie, de drukte en de chaos juist een gruwel voor modernistische architecten. Voor deze modernisten moest de polis, ondanks de lyriek van de avantgarde, door rationele planning gevormd worden naar een utopisch model. Zo verscheen in 1933 de charta van Athene - over de functionele stad. Volgens deze modernistische beginselverklaring moest de urbane omgeving worden beperkt tot vier functies (wonen, werken, recreëren en vervoer), waarbij elke functie een eigen ruimte kreeg toebedeeld.⁷⁰

Maar de praktijk van de urbane ruimte heeft een geheel eigen logica gevolgd om de problemen van de polis te ondervangen, een logica ontdaan van alle ideologie. Dit meer pragmatische antwoord op de chaos, de drukte en de congestie van metropolis heeft vorm gegeven aan een urbane ruimte welke noch utopisch noch dystopisch is. Het is veeleer een geheel nieuwe vorm van grootstedelijkheid.

⁷⁰, o.a . le Corbusier

De Franse geograaf Jean Gottmann (1915-1994) muntte de term megalopolis voor deze nieuwe urbane realiteit. In *Megalopolis* (1961), zijn studie naar de omgeving Boston-Washington, beschrijft hij hoe door verregerende (sub)urbanisatie de ruimten tussen steden verdwijnt. Het is een vorm van verstedelijking die eveneens zichtbaar is in urbane gebieden als Tokio-Hiroshima, de Po-vlakte, Groot-Londen, het Ruhr-gebied en de Randstad. De ruimten tussen de metropolissen sluiten dicht, waardoor één megalopolis wordt gevormd. De megalopolis ontstaat niet alleen door schaalvergroting, door het uitdijen van verschillende polissen. De megalopolis en de metropolis verschillen vooral ook qua aard. De onderliggende geografische processen, stelt Edward Soja in *Inside Exopolis* (1992), '[are] turning the city inside-out and outside-in at the same time', waarbij het hiërarchische onderscheid tussen centrum en periferie komt te vervallen.⁷¹

2.1.1| Suburbia

In de populaire cultuur wordt suburbia gerepresenteerd als lommerrijke buitenwijk met eengezinswoningen & keurige tuintjes, in blokken verdeeld door rechte stoepen & straten waarover kinderen hun nieuwe fietsje en volwassenen hun gepoetste auto rijden. Ook worden hekjes & heggetjes, patio's & schuurtjes, zwembaden & barbecues, sprinklers & grasmaaiers als typisch suburbaan gezien.⁷² Suburbia dus, als woonwijk voor de - grotendeels witte - middenklasse. Gebouwd enerzijds om de dichtbevolkte, chaotische, immorele en smerige metropolis te ontvluchten, en anderzijds om het burgerlijke ideaal van een huis met tuin in een schone en veilige woonwijk te realiseren.⁷³

Hoewel suburbanisatieprocessen al sinds de achttiende eeuw plaatsvinden, ondergaat de (sub)urbane ruimte enkele grote transformaties in de jaren '50 en '80 van de vorige eeuw. Deze naoorlogse vormen van suburbanisatie hebben geleid tot een veelzijdige grootstedelijke ruimte, waarvan de woonwijk niet langer hét suburbane archetype kan zijn. De periferie, het hier en nu van suburbia, vertoont veeleer eenzelfde complexiteit aan functionaliteiten als de traditionele metropolis dan eenzelfde monofunctionaliteit als de klassiek suburb.⁷⁴

⁷¹ In: Gent Urban Studies Team (ed.), *The Urban Condition: Space, Community, and Self in the Contemporary Metropolis*, 1999: 27

⁷² zie bijvoorbeeld J. Zwagerman, *Transito*, 2006

⁷³ Getuige het verkiezingsmateriaal van de gemeenteraadsverkiezingen (schoon, heel, veilig) 2006 en de Provinciale Statenverkiezingen 2007 is het ideaal van suburbia is nog altijd springlevend.

⁷⁴ Gent Urban Studies Team (ed.), *The Urban Conditions*, 1999: 27

2.1.1.1 | een kleine geschiedenis van (sub)urbia

Het suburbane ideaal, zo stelt Robert Fishman in *Bourgeois Utopias* (1987), ontstaat in de loop van de achttiende eeuw in Londen ('the birthplace of suburbia'). Het verlangen naar zo een utopia kwam echter niet alleen voort uit de eerder geschetste grootstedelijke problematiek, maar vooral ook uit transformaties binnen de cultuur van de middenklasse, waarvan de opkomst van huishoudens gevormd door het kerngezin ('closed domestic nuclear family') en de idee dat sociaal verschil gepaard moesten gaan aan fysieke segregatie de voornaamste zijn. In dit eerste stadium van het suburbanisatieproces bleef de hiërarchische relatie tussen de urbane en de suburbane ruimte vooralsnog gehandhaafd. Weliswaar verschoof de residentiele functie grotendeels naar de periferie, maar de burgerij bleef voor alle overige faciliteiten – winkels & vermaak - afhankelijk van het centrum.⁷⁵

Historisch gezien is het suburbanisatieproces altijd sterk beïnvloedt door de beschikbare media voor, met name, transport- en communicatie. Zo werd in de achttiende en negentiende eeuw, hét tijdperk van de (stoom)trein, de hiërarchische relatie tussen centrum en periferie bestendig

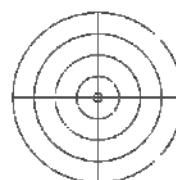


Fig. 3.1

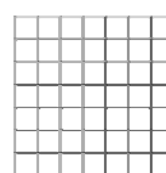


Fig. 3.2

door de ringstructuur van het spoorwegennet (fig. 2.1), waarmee de stadskern in verbinding stond met de voorsteden die de kern, letterlijk, omringden. Wanneer men na de Tweede Wereld Oorlog door het succes van het transportmedium auto *en masse* mobieler wordt, verdwijnt dan ook de noodzaak voor vestiging langs één van van de ringen van het spoorwegennet. De commodificatie van de auto én de aanleg van wegen maakt dat grootstedelijke gebieden niet langer gestructureerd worden door het patroon van een concentrische cirkel, maar door het patroon van een *grid* (fig. 2.2) - van een snelwegennet.⁷⁶ Hoewel in de populaire beeldcultuur de auto bijna synoniem is voor suburbia, stelt Fishman dat, 'the automobile, when it came, helped to destroy the basic conditions for classic suburbanization'.⁷⁷ De nieuwe urbane netstructuur maakte het immers mogelijk om van punt A naar punt C te reizen zonder de noodzaak om het centrale punt B te passeren. Het wegennet dus, maakte een eind aan de klassieke hiërarchische relatie tussen centrum en periferie én maakte een decentrale spreiding van functies en faciliteiten over de grootstedelijke omgeving mogelijk.

⁷⁵ R. Fishman, *Bourgeois Utopias*, 1987: 137

⁷⁶ Gent Urban Studies Team (ed.), *The Urban Conditions*, 1999:19-21

⁷⁷ R. Fishman, *Bourgeois Utopias*, 1987: 135

Vanaf de jaren '50 van de vorige eeuw wordt door het continue suburbanisatieproces dan ook niet alleen de residentiele faciliteiten verspreid over het grootstedelijke gebied. Ook commerciële faciliteiten zoals winkelcentra ('shopping malls') profiteerden van de mogelijkheden van het wegennet. Winkelcentra werden meer en meer gebouwd langs kruispunten in de periferie en konden, door het succes van zowel de auto als de koelkast, niet alleen qua aantal vermeederen, maar ook uitgroeien tot 'toeristische attracties' voor huisvrouwen, die verlost werden van de wekelijkse gang naar de warenhuizen en winkels in de stadskern.

Dit proces van ruimtelijke verspreiding van residentiele en commerciële faciliteiten was een eerste aanzet in de verspreiding van alle functionaliteiten van de metropolis over het gehele stedelijke gebied van de megalopolis. Ook de behoeften van de industriële sector sloten immers naadloos aan op de mogelijkheden die de suburbane ruimte bood. Waar grootstedelijke fabrieken vaak bestonden uit verschillende verdiepingen, voorzag de weidsheid van suburbia in de door het gebruik van de lopende band ingegeven behoefte aan uitgestrekte fabriekshallen. Een behoefte die door de mogelijkheid van vrachtverkeer over het wegennet eindelijk bevredigd kon worden.

In de jaren '60 & '70 van de vorige eeuw verloor de klassieke voorstad, letterlijk, terrein aan de, bij uitstek moderne, variant van suburbia. Hoewel de hiërarchische relatie tussen het centrum en periferie al wel aan erosie onderhevig is door bovengenoemde processen, is deze door de blijvende aanwezigheid van de banken, verzekeringsmaatschappijen en advocatenkantoren in het stadscentrum nog wel in tact. Het wezen van wat beurtelings de postindustriële of de informatie maatschappij genoemd kan worden is immers de dienstensector.

Maar in de jaren '80 van de vorige eeuw wordt de hiërarchische relatie definitief verstoord. De suburbane populatie van, zogeheten, *white collar workers*, de stijgende prijzen van grond onroerend in de binnensteden en, vooral, de ontwikkeling van informatie- en communicatie technologieën waardoor de noodzaak van centraal gelegen kantoorpanden verdwijnt, maken dat óók de dienstensector zich in toenemende mate verplaatst naar de suburbane ruimte. Wederom gelden bereikbaarheid, ruimte en kostenreductie als de voornaamste argumenten. 'Metropolitan cores', zo constateert Peter Hall dan ook, 'lose their

significance, as not merely factories and warehouses, but also offices and shopping centers, increasingly move out.⁷⁸

Nu de suburbane ruimte dezelfde faciliteiten en functionaliteiten heeft als de urbane ruimte is het wellicht beter te spreken van één (post)urbane ruimte⁷⁹: de megalopolis. Eén grootstedelijk gebied waar de hiërarchische relatie tussen centrum en periferie, tussen stadskern, voorstad en buitenwijk geërodeerd is. Hoewel minder dicht bebouwd en bevolkt en zonder het grootstedelijke icoon van de wolkenkrabber, hebben de stedelijke gebieden rond de oude stadskernen immers dezelfde wezenskenmerken als de klassieke metropolis. De nieuwe (post)urbane realiteit kent daardoor niet één kern, maar een veelheid en verscheidenheid aan stadskernen, gegroepeerd langs de knooppunten van het snelwegennet. Vliegvelden, bedrijventerreinen, winkelcentra en amusementscomplexen vormen tezamen met uitgestrekte woongebieden een, historisch gezien, uniek grootstedelijk gebied waar de natuur terrein heeft verloren aan een door en door technologische en gemedieerde cultuur.⁸⁰

2.1.2 | Downtown

Hoewel de hiërarchische relatie tussen stadskern en periferie dus sterk is geërodeerd, is de traditionele stadskern simultaan aan deze ontwikkeling verworpen tot een plek waar de grootstedeling zijn vrije tijd doorbrengt. Waar de drukte, chaos en congestie van de metropool de stedeling deed verlangen naar de rust van dé natuur, daar doet de relatieve rust van de megalopolis de grootstedeling verlangen naar de roes van dé stad. Maar net zoals het verlangen van de stedeling naar dé natuur werd vervuld door een gestileerde en geadapteerde 'natuur' van landschapspark & platteland en niet door een wilde natuur, zo wordt het verlangen van de grootstedeling naar dé stad slechts vervuld door een urbaan simulacrum, een simulatie van stedelijkheid.⁸¹ Een stadskern zonder stedelijke eigenschappen moet zijn stedelijkheid immers simuleren om zijn bestaansrecht als internationaal, nationaal of regionaal cultuurhistorisch en sociaal-economisch centrum niet te verliezen. De stadskern bestaat nog slecht bij de gratie van het vermogen om toeristen en consumenten te verleiden tot een bezoek. *Downtown*, de traditionele kern van de

⁷⁸ Gent Urban Studies Team (ed.), *The Urban Conditions*, 1999: 27

⁷⁹ Ibidem: 25

⁸⁰ H.Oosterling, *Radicale Middelmatigheid*, 2000

⁸¹ Gent Urban Studies Team (ed.), *The Urban Conditions*, 1999: 27

metropool, is dan ook niets meer dan een gesimuleerde urbaniteit, volledig ingericht om het beelden- & waren fetisjisme van de grootstedeling te faciliteren, niets meer dan een *festival marketplace*.⁸² Denk bijvoorbeeld aan Rotterdam, waar de gesimuleerde urbaniteit van de binnenstad, zich uitstrekkend van het Centraal Station, via het Weena, het Schouwburgplein, de Coolingsingel, de Lijnbaan, de Koopgoot en Blaak tot aan de Boompjes, continu het beeld van de eigen grootstedelijkheid tracht te bestendigen, terwijl het gebied in feite een transitoruimte is voor de *windowshoppende* consument. Of aan Amsterdam, waar de binnenstad, omsloten door de singelgracht, een historische simulatie is, welke in zijn geheel is voordragen voor Unesco's Werelderfgoedlijst, waardoor het gebied in feite een openluchtmuseum is, bestemd voor massatoerisme.

In *Cities and Urban Culture* (2003) noemt Deborah Stevenson dit een proces van *making cities fun*, waarbij de traditionele stadskern verandert van centrum van productie in een centrum van consumptie. Door middel van *City Boosterism* and *Urban Entrepreneurialism* wordt de stadskern in de markt gezet, geprofileerd als zijnde een uniek product, waardoor het verwordt tot een spektakel, en uiteindelijk samenvalt met het eigen imago.⁸³ De ironie wil echter dat het streven naar uniciteit in veel steden leidt tot eenzelfde soort *festival marketplace*, waar door toedoen van kapitalisme & globalisme dezelfde waren, beelden en belevenissen kunnen worden geconsumeerd. Opvallend aan deze herschikking van *downtown* is dat traditionele urbane iconen als de wolkenkrabber en de metro in toenemende mate worden gepaard aan van oudsher suburbane iconen als het winkelcentrum en het amusementscomplex. Deze ontwikkeling, waarvan New Yorks' Times Square de emblematische gestalte is, wordt daarom ook wel gekarakteriseerd als *Mallification* en *Disneyfication*.

Wanneer *downtown* wordt gelezen als een als culturele tekst moet de conclusie van alle billboards & schermen met reclame, van alle etalages & schappen, van alle festivals & amusementshallen en van alle bioscopen luiden dat de stadskernen er toe dienen de grootstedeling te doordringen van dé waarheid van het laatkapitalisme: postmodern zijn is consumeren. In de postmoderniteit voorzien de traditionele stadskernen immers nog slechts in de behoeften van de verveelde grootstedeling die naar *downtown* trekt om - de logica van de verveling volgend - waren, beelden & ervaringen te kunnen consumeren.

⁸² D. Stevenson, *Cities and Urban Culture*, 2003: 98

⁸³ D. Stevenson, *Cities and Urban Culture*, 2003: 100

De stad is een verslavende machine waaraan niet te ontkomen valt. Maar willen wij, verveeld als we zijn, wel ontkomen aan het urbane spektakel?

Hoofdstuk 3.

Vorbij het Einde naar het Nu

In plaats van de geschiedenis...trad het heden...een zuivere tegenwoordigheid, zonder verbinding met verleden en toekomst.

L. Svendsen, 1999

The breakdown of temporality suddenly releases this present of time.

F. Jameson, 1991

I got stuck in the moment & I can't get out of it.

Bono, 2000

3.1 | Inleiding

In de dagelijkse praxis van het postmodern zijn, kijkt de mens niet meer op, maar des te vaker om. We zijn, bij gebrek aan een gezamenlijke toekomst, gepreoccupeerd met een gezamenlijk verleden. We bevinden ons, zo meent Frederic Jameson in *Postmodernism* (1984), in de '*nostalgia mode*'.⁸⁴ Een zijswijze waarin het imiteren van historische stijlen het voornaamste procédé van culturele productie is, waarin de geschiedenis verwordt tot een simulacrale commodity voor culturele consumptie en waarin we ons desondanks, déjà vu na déjà vu na déjà vu, afvragen waar we 'dit of dat' toch eerder hebben gezien.

3.2 | Pastiche

Het is in 'de universele praxis van de pastiche', betoogt Jameson, dat we deze veranderde houding tot verleden, geschiedenis en historiciteit kunnen waarnemen. Hoewel pastiche aanschurkt tegen parodie, moet er een strikt onderscheid worden gemaakt tussen de beide imitatiepraktijken. En waar parodie een moderne praxis is, kan pastiche een, bij uitstek, postmoderne praxis genoemd worden.

Parodie, zo meent Jameson, is de imitatie van een persoonlijke stijl door er in één ludieke beweging van af te wijken en daardoor juist de eigenheid te bevestigen. Door middel van

⁸⁴ F. Jameson, *Postmodernism, org*, in: *The New Left Review*, 1984. in: M. Hardt & K. Weeks, *The Jameson reader*, 2000: 203

een systematische nabootsing van enkele karakteristieke eigenaardigheden ('a systematic mimicry of [...] deliberate eccentricities') wordt de persoonlijke stijl, op ludieke wijze, opnieuw present. Het is dus in de praxis van de parodie dat de moderne ideologie van de persoonlijke stijl, uniek en authentiek als een vingerafdruk, een bevestiging vindt. In de parodie dus, zo zou je met de Saussure⁸⁵ kunnen spreken, is de *signifiant* (de vorm, de betekenaar, de kopie) nog steeds gerelateerd aan de *signifié* (de inhoud, het betekende, origineel). In de pastiche nu, is deze relatie tussen vorm/betekenaar/kopie en inhoud/betekende/origineel verbroken.⁸⁶ Pastiche heeft, met andere woorden, wél de uiterlijke kenmerken van de parodie, maar is verder leeg ('pastiche is blank parody'). Imitatie is nog slechts een neutrale praxis, een middel zonder doel en zonder lach ('devoid of laughter'). Door de explosie van het modernistische of moderne discours in en door de media én door het verlies van de persoonlijke stijl, is een cultuur ontstaan met een discursieve en stilistische heterogeniteit waarin parodie wordt vervangen door pastiche. De culturele productie kan slechts putten uit een, al lang geleefd, verleden, waardoor de imitatie van persoonlijke stijlen *en masse* plaats maakt voor de imitatie van dode stijlen. In de pastiche kannibaliseert een hier-en-nu de stijlen van toen. In de hedendaagse praxis van de pastiche, zo concludeert Jameson dan ook, worden 'modernistische stijlen tot postmoderne codes'.⁸⁷

3.2.1 | Nostalgie

Het verleden verwordt zo tot een functie van het nu. Het verleden is (in het) nu niet meer de geschiedenis van een collectief project van de moderniteit, maar nog slechts een bron van historische stijlen, genres en beelden waaruit geput kan worden; niet meer een retro-perspectief van een nieuwe en betere toekomst, maar nog slechts bruikbaar binnen de 'nostalgia mode'.⁸⁸ In *Postmodernism* meent Jameson dat deze *mode* vooral zichtbaar is in het domein van de kunsten. In hedendaagse kunstpraktijken als architectuur en film wordt, door middel van pastiche, het verleden geïmiteerd en cultureel ge(re)produceerd. Hij verwijst bijvoorbeeld naar het eclecticisme van de postmoderne architectuur, waarin

⁸⁵F. Jameson, Postmodernism, org, in: The New Left Review, 1984. in: M. Hardt & K. Weeks, The Jameson reader, 2000:202

⁸⁶ Hieronder zal de Saussure's 'code of signs' nader uitgelegd worden aan de hand van het concept schizofrenia.

⁸⁷ Ibidem: 201

⁸⁸ Ibidem: 203

‘randomly and without principle’ alle architectonische stijlen uit het verleden worden gecombineerd, of naar de (re)productie van het verleden in film (de stijlen van toen in de nostalgische film, de narratieven van toen in de historische speelfilm). Ruim twintig jaar na het verschijnen van Jameson’s *Postmodernism* is de praxis van de pastiche ook, vooral ook, ‘zichtbaar’ in het domein van de massacultuur, waar de stijlen van vroeger nú te koop zijn als neo of als retro. Zo *stylen* we, levend in de *nostalgia mode*, onze lijven en onze ruimten met *fashion* en *design* van toen. Later zullen we hier op terug komen om de economie van de verveling te doordenken, eerst zullen we design gebruiken om tot een beter verstaan van pastiche te komen.

3.2.2 | Newstalgie

‘Design is Dasein.’, grapte de Rotterdamse filosoof Henk oosterling eens.⁸⁹ Maar de ernst waarmee men over design spreekt op talloze internationale beurzen, in designmagazines (‘dezines’), in designwinkels en in onze stijlvolle designlivings doet vermoeden dat Oosterling’s grap meer is dan een kwinkslag. ‘In de jaren tachtig was design alleen voor de elite. Tegenwoordig is het een massa-aangelegenheid. Dit is een geweldige ontwikkeling, want uiteindelijk verbetert het leven van mensen erdoor.’, stelt Ambra Medda, directrice van de invloedrijke designbeurs *Design Miami/Basel*, met een stalen gezicht.⁹⁰ En Ikea, dé bemeubelaar van de massa, moedigt aan: ‘design your life’.

Het toonaangevende Britse designblad *Wallpaper** hanteert in haar tienjarig jubileumnummer de pastiche als esthetische norm. In het hoofdartikel *A Decade of Design* blikt ze terug op en kijkt ze vooruit naar de trends in design. De rode draad doorheen het artikel is *fusion*: oost & west, urbaan & landelijk, globaal & lokaal en high kitsch & low culture. ‘The stuff that surrounds us’, zoals de slogan van het deziné luidt, bestond, bestaat en zal bestaan uit een eclectische veelheid aan stijlen. De designtrend van (het) nu, zo weet het hoofdartikel, is de fusie van oud en nieuw: ‘de stijlen van toen, de technieken van nu.’⁹¹ In de jubileumuitgave geeft *Wallpaper** ook een overzicht van veelbelovende ontwerpers (‘top 40 under 40’). Een groot aantal van hen speelt met de praxis van de pastiche. In zijn reeks ‘*where there is smoke...*’ (2004) geeft de Nederlandse designer Maarten Baas (1978) een overzicht van stijlen uit verschillende historische tijdvakken aan de hand van verschillende

⁸⁹ www.henkoosterling.nl

⁹⁰ <http://vernissage.tv/blog/2006/06/13/interview-with-ambra-medda-design-miami-basel/>

⁹¹ *Wallpaper**, *A decade of design*, 10/2006

designiconen. De werken in *smoke* vormen 'á concise family history', zo stelt de catalogus van Galery Moss (New York), 'án assemblage of unique pieces in which famous and anonymous pieces are...put in a timeline from antique till modern.' Elk meubelstuk uit de reeks is in authentiek historische stijl of bezit een persoonlijke vingerafdruk én is opgenomen in een groter narratief. Zo zien we achtereenvolgens een tijdvak *antique* (o.a. chaire longue, grootvader's klok) een tijdvak *1900-1950* (o.a Antoni Gaudi's *Calvet armchair* en Rietveld's *Red & Blue Chair*), een tijdvak *1950-1990* (o.a Ettore Sottsass's *Carlton room divider*), een tijdvak *1990-present* (o.a. The Campana Brother's *Favela Chair*) en een laatste tijdvak *all together*.



fig 1. org. gaudi's stoel fig 2 .org. Rietveld's stoel, fig 3. org. sottsass's carlton, fig 4. org. Campana's stoel



fig 5. Maarten Baas, *where there is...*, New York 2004

fig 6. *all together*, 2004

Maar waar de reeks in eerste instantie een bevestiging lijkt van chronologie en geschiedenis, persoonlijke stijl en authenticiteit, is ze nu juist een ontkenning hiervan. Stuk voor stuk voor stuk, zijn de 'historische' meubels een imitatie van een authentieke of een persoonlijke stijl, zijn ze bewerkt met vuur om, als het ware, de 'dood' van die authentieke of persoonlijke stijl te benadrukken en vormen ze gezamenlijk, blijkens het laatste frame getiteld *all together*, een discursieve en stilistische heterogeniteit. Maar '*where there is*

smoke...’ wil zeker geen kritiek zijn op de praxis van de pastiche. Het ontwerp van Baas *is* pastiche, waarbij de esthetische kwaliteit van het werk de praxis nu juist legitimeert.⁹²

Volgens Jameson, zo zagen we eerder, is pastiche een praxis in het domein van de kunsten (architectuur, film), die wordt geïnitieerd door *nostalgia*. In het domein van de massacultuur (fashion, design) echter, wordt de praxis van de pastiche geïnitieerd door *newstalgia*.⁹³ ‘Newstalgia’, zo vatte een journalist van HP/de tijd samen, ‘is geen verlangen naar de tijd van toen, uitsluitend naar de esthetiek van toen.’⁹⁴ Waar nostalgia een preoccupatie is met een verleden, is newstalgia de commodificering van die preoccupatie met een verleden. In de newstalgia mode worden de historische stijlen van toen geïmiteerd, ge(re)designed, gereproduceerd en vervolgens gecommuniceerd. De pastiche is nu, simpelweg, opgenomen in de economie van verveling, welke draait op een logica van de transgressie, van het nieuwe, van de verandering (hoofdstuk 4).

Een voorbeeld van newstalgia-design is Phillippe Starck’s (1949) stoel *Louis Ghost*. De *Louis Ghost* is een betaalbare (\$163) imitatie van een stoeltje in Louis XV-stijl (18^e eeuw), uitgevoerd in doorzichtig plastic (‘the most daring example in the world of



Fig 7 Phillippe Starck, *Louis Ghost*, \$ 163

polycarbonate injection in a single mould’) en verkrijgbaar in acht kleuren en vier varianten. ‘If Louis XV were alive’, zo luidt de slogan, ‘he would want a chair like this.’⁹⁵ Het ontwerp van Starck staat (nu) symbool voor pastiche, geïnitieerd door newstalgia. Maar eerder commodificeerde hij al een stalen stoeltje, *Emoco Steel 1006*, dat tijdens WO II gebruikt werd door het Amerikaanse leger. Het design van Starck combineert de esthetiek van toen met de technologie van nu en is, bovendien, bedoeld als commodity voor massaproductie/consumptie. Het is newstalgia.

3.3 | Simulacrum: imitatie & simulatie

Pastiche is, zo zagen we al eerder, de imitatie (kopie) van vorm, stijl of genre van toen (origineel), waarbij het origineel steeds verder ‘uit beeld’ verdwijnt. In de nostalgia

⁹² www.maartenbaas.com

⁹³ In: *Elle Decoration*, 11/2006: ‘*newstalgia is a trad-modern mix of historical detail and hi-tech chique*’

⁹⁴ R.Kaal, *Als het maar anders is*, in: *HP/de tijd*, 27 oktober 2006

⁹⁵ www.philippe-starck.com

mode wordt het verleden aldus, zo knipoogt Jameson naar de Franse socioloog Jean Baudrillard, tot een simulacrum. Hoewel simulacrum is afgeleid van het Latijnse verbum *simulare* en daardoor zowel imiteren als simuleren kan betekenen, maakt Baudrillard een strikt onderscheid tussen beide praktijken. In *Simulacra and Simulation* (1981) onderscheidt hij zelfs drie opeenvolgende stadia in het proces van simulacralisering (imitatie, reproductie, simulatie), waarbij het onderscheid tussen het origineel en het kopie, tussen echt en onecht, steeds problematischer wordt en uiteindelijk vervalst. Ter verduidelijking, gebruikt hij de metafoer van de ziekte (vb. griep). We spreken van een simulacrum^{1^oorder}, ofwel imitatie, wanneer een persoon de griep nabootst door de symptomen van deze ziekte te veinzen. Hij kruipt in bed, doet alsof zijn lijf rilt en zijn hoofd bonst van de koorts en alsof hij moet hoesten door de pijn in zijn keel. Het specifieke beeld van de “zieke persoon” is getrouw aan het beeld van een ziek persoon, maar het onderscheid tussen echt en onecht komt niet te vervallen. Dit onderscheid vervalst wel door simulatie, een simulacrum^{3^e order}. Wanneer een persoon de griep simuleert, doet hij eveneens alsof, maar wel zodanig dat de simulatie reële effecten heeft. De persoon maakt, als het ware, symptomen van de ziekte (hoofdpijn, keelpijn of koorts) aan. De “zieke persoon” wordt de zieke persoon. Het onderscheid tussen echt en onecht komt te vervallen. De zieke wordt een kopie van de zieke, die hij nooit is geweest.⁹⁶

In de nostalgia mode en in de newtalgia mode (in het) nu, wordt het verleden een kopie van een verleden, dat nooit heeft plaatsgevonden. Door de alomtegenwoordigheid van de praxis van de pastiche in de postmoderniteit (zowel in de hoge als de lage cultuur) kunnen we de geschiedenis niet langer zien als narratief, maar nog slechts als ‘*pop history*’ middels ‘*pop images*’.⁹⁷ In deze *pop images* wordt het verleden niet zozeer geïmiteerd, als wel gesimuleerd. Deze vertoning schijnt ons immers zo echt, dat de simulatie echter dan echt wordt. De mogelijkheid om het verleden te representeren is aldus verdwenen, omdat we niets anders kunnen ‘zien’ dan de ideeën, beelden en stereotypen van een ‘verleden’ dat continue wordt gerepresenteerd, gereproduceerd én gecommuniceerd.

Het verleden wordt zo tot een functie van het hier en nu, waarbij het zich steeds weer moet vernieuwen opdat het nu continue vertoont en verkocht kan worden.

⁹⁶ J. Baudrillard, *Simulacra and Simulation*, 1981. In: M. Poster, *Jean Baudrillard. Selected writings*, 2001

⁹⁷ M. Hardt & K. Weeks, *The Jameson reader*, 2000: 208

3.4 | Schizofrenie

Wanneer Sarup beweert dat ‘ideologieën ons afsnijden van het heden’ omdat ze ons richten op een nieuwe en betere toekomst, dan richten we ons nu, bij gebrek aan ideologieën, nog slechts op een heden én op een verleden dat geïmplodeerd is in het nu. Het heden is dientengevolge losgekomen van een narratief en een tijdshorizon die verleden, heden en toekomst in een moderne, dus zinvolle en logische, orde konden plaatsen.

Het hier en nu van de postmoderniteit wordt continue voorgedaan én gevolgd door weer een ander hier en nu die, letterlijk, geen verband houden met elkaar: nu, nu, nu en nu. Postmodern zijn leidt dientengevolge tot een bestaan, waarin het heden niet langer ervaren kan worden als verbonden met een verleden en een toekomst, maar nog slechts als een nu *an sich*. Deze gefragmenteerde ervaring van temporaliteit en narrativiteit komt, volgens Jameson, sterk overeen met Jacques Lacan’s beschrijving van schizofrenie als zijnde een *breakdown* in de keten van betekenaren (‘the signifying chain’).⁹⁸ Om tot een beter verstaan van Lacan’s notie van schizofrenie te komen, is het echter nodig om eerst een zijsprong te maken naar het denken van de Saussure.

De Zwitserse linguïst Ferdinand de Saussure (1857-1913) stelde eind negentiende eeuw dat taal (‘la langue’) een systeem van taaltekens is. Elk taalteken (‘signe’) bestaat volgens hem uit een betekenaar (‘signifiant’), d.w.z. het klank-beeld van een teken, en uit een betekende (‘signifié’), d.w.z. het concept van een teken. Zo een taalteken heeft alleen betekenis wanneer een betekenaar (vorm) en een betekende (inhoud) worden samengevoegd. Zo bestaat bijvoorbeeld het Nederlandse taalteken ‘roos’ uit de betekenaar r..o..o..s (het klankbeeld; letters in een *bepaalde* volgorde) én uit het betekende ‘bloem’, zoals in de uitspraak ‘de roos is rood.’ In de Saussure’s tekensysteem van de taal, wordt betekenis dus gegenereerd door de stabiele relatie tussen betekenaar en betekende in het taalteken. In Lacan’s tekensysteem van de taal, is de relatie tussen betekenaar en betekende niet stabiel en haken juist de betekenaren voortdurend in elkaar. Zo kan de uitspraak ‘de roos is rood’ een geheel andere betekenis hebben, wanneer de betekenaar r..o..o..s verbonden is aan het betekende ‘doelwit’. De ware betekenis van dit taalteken wordt dan ook pas echt duidelijk wanneer de verschillende betekenaren in elkaar haken. De uitspraak ‘de roos is rood’ krijgt immers pas haar ware betekenis, wanneer deze wordt gevolgd door de uitspraak ‘dus de dart steekt precies in de roos.’ Betekenis wordt volgens hem dan ook

⁹⁸ F. Jameson, Postmodernism, in: M. Hardt & K. Weeks, The Jameson reader, 2000: 208-210.

gegenereerd door de verschuiving ('glissement') langs de keten van betekenaren ('the signifying chain').⁹⁹

Zonder nu in psychoanalytische details te treden, beschrijft Lacan schizofrenie als een falen van het kind om zich volledig in te schrijven in een, door het primaat van de betekenaar geordend, tekensysteem. Of nog: een falen van het kind om zich volledig in te schrijven in het domein van de taal ('la langue') en - het daarvan afgeleide - domein van de spraak ('le parole'). Schizofrenie is volgens Lacan immers een breuk in de keten van betekenaren. Wanneer de verbindingen tussen de betekenaren breken en, dientengevolge, verschuiving langs de keten niet mogelijk is, rest er niets dan een opeenvolging van ongeordende en ongerelateerde betekenaren.¹⁰⁰

Normaliter, leidt het inschrijven in het tekensysteem ook tot een coherente ervaring van temporaliteit. Door het verschuiven langs de keten van betekenaren, ontstaat immers een narratief dat verleden, heden en toekomst in zich verenigt. Wanneer de schizofreen faalt bij dit inschrijven, breekt dus zowel de keten van betekenaren (narratief) als de tijdshorizon (temporaliteit). De schizofreen ervaart de tijd, kortom, als een continue nu.

Alles overziend, is de tijdshorizon van het postmodern zijn gefragmenteerd door de explosie van een collectieve toekomst en de implosie van een collectief verleden. We zijn doorheen de geschiedenis gegaan. Wat ons rest is een schizofrene ervaring van temporaliteit en narrativiteit. Wat ons rest is het nu. In Ivan Goncharov's *Oblomov* (1859) beseft protagonist Ilya Ilyitch Oblomov, een Russisch grootgrondbezitter die 'te lui is om te leven', dat wanneer men, zoals hijzelf, een doelloos leven leidt, dat 'wanneer men niet weet waarvoor te leven, men gewoonweg leeft van dag tot dag, blij dat de dag voorbij is, dat het nacht is, zodat men al slapend de tot verveling stemmende vraag kan vergeten, waarom men deze dag heeft geleefd en de volgende zal leven.'¹⁰¹

Dit continue nu - ontstaan door de fragmentatie van narrativiteit en temporaliteit - wordt aldus, zo meent Jameson, tot een 'place of praxis'.¹⁰² Later (hoofdstuk 6) zullen we hier nader op ingaan. Voor nu volstaat het om te constateren dat paradigma, plaats & tijd van het postmodern zijn het passief nihilisme, de megalopolis & het nu is.

⁹⁹ A.A. Van den Braembussche, *Denken over Kunst* 2007: 252-256

¹⁰⁰ F. Jameson, Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism, in: M. Hardt & K. Weeks, *The Jameson reader*, 2000: 208-210. Zie ook: M. Sarup, *An Introductory Guide to Post-structuralism and Postmodernism*, 1988

¹⁰¹ I. Goncharov, *Oblomov*, 1859, transl. N. Dutton, 1957: 237. Eigen vertaling uit het Engels.

¹⁰² M. Hardt & K. Weeks, *The Jameson reader*, 2000: 210

2^e DEEL

Postmoderne praktijken

Consumeren Flaneren Informeren

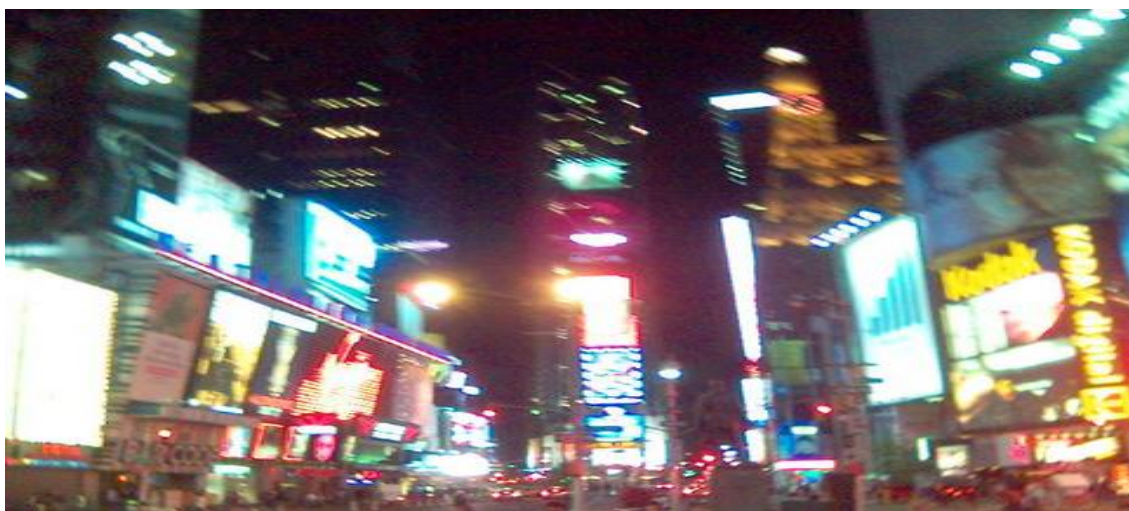


Fig. , Times Square, gefotografeerd met 'mobieltje', door internetondernemer Michiel Frackers. (o.a. oprichter planet internet).

'Times Square verveelt nooit...'

M. Frackers op zijn weblog
www.frackers.nl

Hoofdstuk 4.

Een economie van verveling

Ces objets sont assortis de projets.

Jean Baudrillard, 1968

Cause I try and I try and I try and I try
and I can't get no satisfaction.

Rolling Stones, 1965

Man hat sein Lüstchen für den Tag, und
sein Lüstchen für die Nacht.

Friedrich Nietzsche, 1891

4.1 | Inleiding

Hoewel het discours over een economie van verveling vaak handelt over de amusementsindustrie en de beleveniseconomie, over pretparken en festivals, of over Disney en Hollywood, zal ik binnen het bestek van dit hoofdstuk niet nader ingaan op deze fenomenen. Hoewel later (hoofdstuk 6) zal blijken dat ‘de markt’ in laatste instantie bestaat uit beelden, zullen we ons nu richten op een meer fundamenteel niveau van het marktkapitalisme. De economie van verveling is immers in eerste instantie een economie van waren.

In dit hoofdstuk zal ik beargumenteren dat wij, passief nihilisten, vluchten voor de verveling door de consumptie van steeds weer nieuwe waren. De mythologisering en esthetisering van consumptiegoederen maakt dat aanschaf ervan aangenaam en betekenisvol lijkt, terwijl de consumptie ervan de logica van de verveling in stand houdt.

4.2 | Laatkapitalisme

De *postmoderniteit*, zo zagen we eerder, is hetgeen dat *na* de moderniteit komt. Deze simpele constatering lijkt een radicale breuk, een *coupure*, te veronderstellen met de moderne traditie én te duiden op een geheel nieuw maatschappijtype. In *Postmodernism, or The Cultural Logic of Late-Capitalism* beklemtoont Jameson echter dat het postmodernisme niet zozeer een gehele nieuw maatschappijtype is, maar dat het veeleer volgt uit ontwikkelingen binnen het kapitalisme zelf. Hij stelt dat de drie ontwikkelingsstadia van

het kapitalisme, zoals onderscheiden door Mandel, alle een eigen 'culturele dominant' kennen. Zo zou de culturele dominant van het marktkapitalisme het realisme, van het monopoliekapitalisme het modernisme en van het laatkapitalisme dus het postmodernisme zijn. Zonder nu in details te willen treden over de wezenlijke verschillen tussen de genoemde vormen van kapitalisme, moge het duidelijk zijn dat Jameson vertrekt vanuit Marx' aanname dat de Bovenbouw (cultuur) volgt uit de Basis (kapitalisme). Het is, in deze visie, de logica van het kapitalisme die de cultuur domineert en aanjaagt en, zodoende, bepalend is voor het dagelijkse leven.¹⁰³

Deze premisse, waarin de formatie en transformatie van cultuur wordt herleid tot de dominantie van het kapitalisme, is niet onomstreden. Zo stelt de Certau in zijn *The Practice of Everyday Life* (1984) dat consumptie ook altijd productie is ('to...production corresponds another production, called consumption'). We worden niet gemanipuleerd door kapitalistische strategieën, maar, precies andersom, consumenten manipuleren door middel van alledaagse strategieën de producten van een dominant kapitalistisch systeem. Daarom stelt Fiske, voortbordurend op De Certau, dat de populaire cultuur niet zozeer een dictatuur is maar een semiotische democratie ('semiotic democracy'), waar middels bricolage de dingen opnieuw betekend kunnen worden.¹⁰⁴ Hoewel Fiskes standpunt radicaal emancipatoir lijkt, impliceert het in feite niets meer dan de platitude dat de passieve consument niet bestaat.¹⁰⁵ Maar, als ik me niet vergis, is ook een actieve consument een consument die, zoals we later uiteen zullen zetten, zich waren en beelden toeigent om betekenis te genereren. Dit in acht nemend, kan er daarom geen twijfel bestaan over de verwevenheid van kapitalisme en cultuur. Een verwevenheid die wordt uitgewerkt in het denken over consumptiegoederen, consumentisme en/of de consumptiemaatschappij.

4.2.1 | Het Geheel Niets Ontzeggende Zijnde

Hoewel de consumptiemaatschappij zich pas na de Tweede Wereldoorlog in de volle breedte zou uitstrekken over ons dagelijks leven, werden de eerste contouren van massaproductie, massamedia en massaconsumptie al zichtbaar in de jaren '20 van de vorige eeuw. De opening van Ford's autofabriek, waarin geproduceerd werd volgens het *American*

¹⁰³ De Frankfurter Schule past de basis-bovenbouw analyse ook toe in hun dystopische analyse van de Consumptiemaatschappij.

¹⁰⁴ M. De Certau, *The practice of Everyday Life*, 1984 & J. Fiske, *Television Culture*, 1987

¹⁰⁵ Voor een nuancering van Fiskes emancipatoire denken, zie bespreking in: A. Aldridge, *Consumption*, 2003: 89

System, in 1914 staat hiervoor symbool. Door rationalisering van processen ('scientific management') en simplificering van handelingen ('lopende band') kwamen arbeiders tot een hogere productiviteit. In ruil voor deze hogere arbeidsproductiviteit kregen de fabrieksarbeiders de beschikking over meer vrije tijd ('40-urige werkweek') en meer loon, temeer omdat de grote corporaties goed begrepen dat hun werknemers ook hun afzetmarkt vormden. In *Time and Money. The making of consumer culture* (1993) laat de Amerikaans historicus Gary Cross zien dat minder arbeidsuren en hogere lonen inderdaad heeft geleid tot meer 'tijd voor consumptie' en niet tot meer 'tijd vrij van productie en consumptie'.¹⁰⁶ Hoewel de depressie en de Tweede Wereldoorlog de groeiende welvaart nog remden, kwam het consumentisme tot volle wasdom vanaf de jaren '50. Door hogere lonen, kredietverstrekking en *advertising* werd een markt gecreëerd waar de consumptiegoederen *en masse* werden aangeprezen en gekocht. Het was de advent, zo stellen economen, van een gouden periode ('the golden age'), een periode van ongekende welvaart en economische groei.¹⁰⁷

Volgens Jameson is dit het tijdvak waarin het laatste ontwikkelingsstadium van het kapitalisme, het laatkapitalisme, gesitueerd moet worden. Het is een kapitalistische vorm, welke door en door technologisch is, waarin ondernemingen internationaliseren, geldstromen globaliseren en waarin zowel de hoge en lage culturele domeinen worden gecommificeerd. Het is in deze gouden periode dat het Geheel Niets-Zeggende Zijnde wordt overstemd door het Geheel Niets-Ontzeggend Zijnde, een overvloed aan fantastische dingen en beelden.

4.2.2| De Fantastische Kwaliteit der Dingen

In het discours over de consumptiemaatschappij staat Marx' denken over waren, commodities of consumptiegoederen centraal. In zijn *Das Kapital. Kritik der Politischen Ökonomie* (1867) stelt hij dat de cultuur wordt geobjectiveerd en gecommificeerd, waardoor waren niet langer alleen gebruikswaarde vertegenwoordigen, maar vooral ook ruilwaarde.

¹⁰⁶ G. Cross, *Time and Money. The Making of Consumer Culture*, 1993. Cross vat vrije tijd dus op als tijd die niet wordt besteed aan productie of consumptie.

¹⁰⁷ B. Altena & D. van Lente, *Maatschappijgeschiedenis van Westerse Samenlevingen, 1750-1989, 2001*: 288-298

Maar, zo is de Amerikaanse psycholoog Christopher Lasch stellig, het is misleidend om onze consumptiemaatschappij te zien als een door waren (ruilwaarde) gedomineerde cultuur. Wanneer wij consumeren omringen we ons immers niet met spullen, maar met fantasieën (tekenwaarde).¹⁰⁸ Ook de Franse socioloog Baudrillard onderkent deze 'kwaliteit der dingen'. Hoewel schatplichtig aan Marx' theorie over waren, is zijn denken over de consumptiemaatschappij dan ook een kritiek op het onderscheid tussen gebruikswaarde en ruilwaarde. In het slotstuk van zijn *System des Objets* (1968) stelt hij daarom dat consumptiegoederen ook nog een tekenwaarde hebben, een waarde die de fantastische kwaliteit moet voorstellen.¹⁰⁹ Baudrillard leest het systeem van objecten, datgene wat Marx de politieke economie noemde, dus als een semiotisch systeem, een taal. In zijn werk schematiseert hij dit als volgt (fig.4.1), waarbij hij het teken, de fantastische kwaliteit van het ding, gelijkstelt aan het ding zelf.¹¹⁰ Maar meer nog, stelt hij dat de betekenaar (Ba) gelijk moet worden gesteld aan de ruilwaarde (Rw). Een consumptiegoed, verkregen tegen een zekere ruilwaarde, genereert

Figuur.4.1

immers niet zozeer gebruikswaarde, als wel een betekenisverlenende taal. Een betekenis die wordt gegenereerd door de differenties tussen óf de verschuiving langs de betekenaren - zo zagen we respectievelijk bij de Saussure en Lacan. Zo kunnen we ons inschrijven in het tekensysteem van *de punk* door een leren jas, een gescheurde jeans en soldatenkistjes te kopen, een hanekam te laten kappen en de neus te laten *piercen*. Om dit te kunnen verduidelijken grijpt Baudrillard terug naar het denken van Roland Barthes.

In zijn *Mythologieën* (1957) laat Barthes zien dat alledaagse tekens (dingen en beelden) een geheel eigen taal hebben (spraak), te weten een objecttaal en een metataal.¹¹¹ De objecttaal verwijst direct naar het teken en de metataal verwijst naar de mythe, naar de fantastische kwaliteit. Barthes verduidelijkt dit onderscheid door te stellen dat de objecttaal denotatie en de metataal connotatie is. Zo verwijst het teken 'spijker', bestaande uit de betekenaar en het betekende, direct en denotatief naar een scherp ijzeren gebruiksvoorwerp. Maar wanneer hetzelfde gebruiksvoorwerp de neus van een jongvolwassene (ont)siert, verwijst het teken indirect en connotatief naar de mythe van de punk. We ontlelen daarom – bewust of

¹⁰⁸ C. Lasch, *The Minimal Self*, 1984: introduction

¹⁰⁹ J. Baudrillard, *System des Objets*, 1968. in: M. Poster, *Baudrillard. Selected Writings*, 2001
De notie tekenwaarde verwijst natuurlijk naar de semiotische analyse van de Saussure.

¹¹⁰ Meer precies, stelt hij dat de betekenaar (Ba) zich verhoudt tot het betekende (Bd), zoals de ruilwaarde (Rw) tot de gebruikswaarde (Gw).

¹¹¹ R. Barthes, *Mythologieën*, 1957

onbewust – betekenis aan de metataal, aan de door de mythe gegenereerde narratieven (overigens wil de ironie dat ook de betekenis die aan deze anarchistische fantasie wordt ontleend ‘gekocht’ is). De mythe kan aan ieder willekeurig teken hechten, waarna het teken wordt ontdaan van het oorspronkelijk betekende en alleen de zuivere betekenaar rest. De mythe manipuleert het teken dus, zodat het, letterlijk, van alles kan gaan betekenen.

Advertenties en reclameboodschappen maken per definitie gebruik van deze manipulatieve eigenschap van de mythe.¹¹² In de proloog bespraken we reeds de advertentie voor *Pioneer* televisies (fig. 4.2). Wellicht kunnen we aan de hand van deze advertentie Barthes’ semiotiek nogmaals illustreren. Op het denotatieve niveau van de objecttaal verwijst de advertentie naar het teken ‘televisie’, bestaande uit de betekenaar ‘televisietoestel’ en het betekende ‘apparaat voor audiovisueel ontvangst’. Op het connotatieve niveau van de metataal echter, genereert de advertentie de mythe dat de aanschaf van een pioneer televisie

Fig. 4.2, advertentie Pioneer HDTV



tot een intensivering van het (vervelende) bestaan zal leiden. Zo manipuleert de door advertenties gecreëerde mythe het teken ‘pioneer televisie’ net zo lang, totdat de objecttaal is geworden tot metataal, totdat de consument een *Pioneer* televisie niet meer associeert met een apparaat voor audiovisuele ontvangst, maar met een intens leven.

Wanneer we een object consumeren, zo is Baudrillard’s premisse, consumeren we de betekenis ervan door de advertenties (‘its meaning through advertising’).¹¹³ We ontleen als het ware betekenis aan de mythe die hecht aan een consumptiegoed. Door het genereren van betekenis spelen reclameboodschappen dan ook niet zozeer in op het verlangen van het subject naar een object, maar op diens verlangen naar een betekenis. Zo bezien is de cultuurpessimistische benadering van de massacultuur, waarin slechts betekenisloze consumptiegoederen zouden worden geproduceerd, blind voor deze fantastische kwaliteit der dingen. Toch stelt Baudrillard in *La Société de Consommation* (1970) dat het verlangen naar betekenis niet wordt vervuld door consumeren. We zagen immers eerder dat betekenis wordt gegenereerd door de differenties tussen of de verschuiving langs de betekenaars (bv. televisietoestellen). De aanschaf van de ene commodity na de andere wijst dus niet zozeer op een tijdelijk onvermogen om het

¹¹² Barthes illustreert zijn bewering met de mythe van de ‘pasta’.

¹¹³ J. Baudrillard, *System des Objets*, 1968: 1^e zin. in: M. Poster, *Baudrillard. Selected Writings*, 2001

verlangen naar betekenis, de leegte ('the void'), te vervullen, maar op een onmogelijkheid.¹¹⁴ Sterker nog, consumeren doet verlangen naar consumeren, waardoor het systeem zichzelf in stand houdt. Consumptiegoederen *zijn* immers niet betekenisloos, maar *worden* dit wél altijd. Consumptie is dan ook, per definitie, niet het *gebruik* maar het *verbruik* van goederen.¹¹⁵

In *Reification and Utopia in Mass Culture* (1992) gaat Jameson nader in op het onvermogen van consumptiegoederen om betekenisvol te blijven, waarbij hij de esthetisering en commodificering van het culturele domein bespreekt.¹¹⁶

Hoewel hij slechts zijdelings naar Kant verwijst, is een korte zijsprong naar zijn denken noodzakelijk om tot een beter verstaan van Jameson's punt te komen.¹¹⁷

In *Kritik der Urteilskraft* (1790) stelt Kant dat het esthetisch oordeel, onder andere, het 'schone' en het 'aangename' kan betreffen. Hij expliciteert dit onderscheid in een aantal stappen, waarvan voor ons begrip de passages over welbehagen en doelmatigheid het belangrijkste zijn.¹¹⁸

Volgens Kant wekt het esthetische oordeel over een schoon object een belangeloos welbehagen. Het object wordt dan slechts ervaren als een zuivere voorstelling, niet gecorrumpeerd door belangen. Men wil, met andere woorden, een schoon object wel beschouwen, maar niet bezitten, verbruiken of anderszins manipuleren. Het welbehagen dat wordt gewekt in het esthetisch oordeel over een aangenaam object nu, is niet zonder zulke belangen. Men staat nooit geheel passief tegenover het aangename object, omdat het immers juist bestemd is voor manipulatie. Het welbehagen dat Philip Starck's designstoel 'Louis Ghost' (zie hoofdstuk 2) wekt, kan weliswaar voortkomen uit een ervaring van het schone, maar het is waarschijnlijker dat het voortkomt uit een ervaring van het 'aangename'. Het subject heeft belangen bij het object, dat immers wordt gemanipuleerd (gekocht, gebruikt en verbruikt).

Het esthetisch oordeel over een object dient dus niet gecorrumpeerd te zijn door belangen van het subject. Maar dan nog blijft de vraag *hoe* de schone schijn van een object wordt gewekt, tot stand komt. Dit brengt ons op zijn passage over doelmatigheid. Volgens Kant nu,

¹¹⁴ J. Baudrillard, *La Société de Consommation*, 1970, in: M. Poster, *Baudrillard. Selected Writings*, 2001

¹¹⁵ Zoals in Wolters' woordenboek Nederlands

¹¹⁶ F. Jameson, *Reification and Mass culture*, 1981, in: M. Hardt & K. Weeks, *The Jameson Reader*, 2000
Volgens Jameson omvat het domein van de esthetica productie én consumptie, hoge én lage cultuur.

¹¹⁷ De verwijzing staat letterlijk tussen haakjes.

¹¹⁸ I. Kant, *Kritik der Urteilskraft*, 1790. Voor de volledigheid: het smaakoordeel van het Schone betreft een (1) belangeloos, (2) begriploos en (3) doelloos oordeel, met (4) gemeenschappelijke instemming.

is een schoon object doelmatigheid zonder doel en is een aangenaam object een middel tot een doel. Wanneer men Starck's stoeltje bekijkt, dan kan het design dusdanig ervaren worden dat, hoe mooi ook, het niets afdoet aan het zitcomfort. Het ontwerp wordt dan niet ervaren als schoon, maar als zijnde een middel tot een doel, als zijnde functioneel. Het stoeltje is echter een schoon object, als men het ontwerp ervaart als een hoogtepunt in de designgeschiedenis. Dan wekt het stoeltje een zuiver esthetische ervaring, waarbij het doel of de functie buiten beeld blijft. Maar ondanks dit ogenschijnlijke ontbreken van een doel in de ervaring van het schone, stelt Kant toch dat het doelmatig is, of nog, dat het doelmatigheid zonder doel is. Wanneer het schone wordt ervaren, heeft het subject immers een gevoel *alsof* het object een doelmatigheid heeft. We kwamen dit inzicht eerder tegen in Kant's denken over het verloop van de geschiedenis van de mens. Ook nu geldt dat het object, in de subjectieve ervaring van doelmatigheid zonder doel, zwanger wordt van zin, waardoor het continue betekenis kan blijven verlenen. De betekenis wordt door het subject als het ware ervaren als een kwaliteit van het ding zelve, verklonken aan het object. Vandaar dat Kant over het schone object spreekt als zijnde een doelmatigheid zonder doel, en over het aangename object als zijnde een middel tot een doel.¹¹⁹

Het bovenstaande onderscheid in acht nemend, kun je stellen dat de commodificering van het esthetische domein meestentijds zal leiden tot een ervaring van het aangename. Zowel bij het produceren als het consumeren van een commodity wordt het ding immers - per definitie - gemanipuleerd en bestemd, waardoor belang en doel erin samenkomen. In de woorden van Jameson: 'by its transformation into a commodity, a thing of whatever type has been reduced to a means for its own consumption. It no longer has any intrinsic value in itself, but only insofar as it can be "used".' Deze middelmatige eigenschap der dingen maakt dat de betekenis van een commodity vervliegt zodra het beoogde doel bereikt is en het goed is verbruikt. Een constatering die overeenkomt met de onmogelijkheid van het vervullen van de leegte door de differentie tussen of de verschuiving langs betekenaren in de praxis van de consumptie. Samenvattend, levert deze praxis wél een instant, maar géén blijvende bevrediging op.

Naast de *advertisement*, kan ook de *creditcard* gezien worden als emblematische gestalte van de consumptiemaatschappij. Waar de eerste symbool staat voor de onbeperkte mogelijkheid tot productie van betekenissen, staat de tweede voor de onbeperkte

¹¹⁹ Ik volg hier de uitleg zoals in: A.A. Van den Braembussche, *Denken over Kunst* 2007: 157-167

mogelijkheid tot consumptie van betekenissen. Hoewel kopen op krediet ooit een maatschappelijk taboe was, is het gebruik van *credit cards* nu gemeengoed, zo niet een statussymbool¹²⁰, geworden. Volgens Daniel Bell illustreert deze verschuiving - van taboe naar statussymbool - de verschuiving van een 'modern' naar een 'postmodern' kapitalisme. In *The Cultural Contradictions of Capitalism* (1976) stelt hij scherpzinnig vast dat de moderne waarden van vroege vormen van kapitalisme - denk aan Weber's beschrijving van het Protestante arbeidsethos - uitgaan van uitgestelde voldoening ('delayed gratification') en dat de postmoderne waarden van late vormen van kapitalisme uitgaan van onmiddellijke voldoening ('instant gratification'). In plaats van het heden dienstbaar te maken aan de toekomst door te sparen voor een beter bestaan (het moderne bourgeoisie project), wordt onder het adagium *live now, pay later* de toekomst dienstbaar gemaakt aan het heden. Het lege nu moet immers continu gevuld, opdat, in Bell's woorden, het niets ('nothingness') gevuld kan worden.¹²¹ '*Ces objets sont assortis des projets.*', stelt Baudrillard dan ook.¹²²

De gestalten van *advertisement* en *creditcard* staan symbool voor de kapitalistische logica die onze cultuur domineert. Een logica die *en masse* de productie en consumptie van *new & improved* commodities aanjaagt, om nu en nu en nu betekenis te kunnen genereren. Een logica ook, die naadloos past op de logica van de verveling. In de verveling immers, ervaart het subject zinloosheid (passief nihilisme), fragmentariseert de tijdshorizon (nu; creditcard), waarna door een betekenis (consumptie; differentie tussen betekenaren) het lege ogenblik wordt gevuld en door een transgressie (nieuwe & verbeterde producten; verschuiving langs betekenaren) de opeenvolgende lege ogenblikken.

Wellicht is Nietzsches laatste mens de consument die niet buiten deze logica wil; de consument die meent het geluk hebben gevonden in het gecommuniceerde domein van de esthetica, in de aangename pleziertjes voor de dag ('sein Lüstchen für den Tag') en de aangename pleziertjes voor de nacht ('sein Lüstchen für die Nacht'). Maar hoe aangenaam ook, er zal uiteindelijk een moment komen dat wij, passief nihilisten, ons krediet hebben verspeeld. Dan zal ons nog slechts één vraag resten: wat nu?

¹²⁰ Denk aan het door creditcard corporaties gehanteerde systeem waarin de kredietwaardigheid van de consument wordt uitgedrukt in platinum, gold & silver cards

¹²¹ D. Bell, *The Cultural Contradictions of Capitalism*, 1976: 432-435

¹²² J. Baudrillard, *System des Objets*, 1968

Hoofdstuk 5.

Een Geografie van Verveling.

The flaneur is defined as a constant seeker of impressions and stimuli.

Chris Rojek, 1995

Het gehele leven dient zich aan als een ontzaglijke opeenhoping van spektakels.

Guy Debord, 1967

The shift from the contact senses to the distant senses creates a growing band of spectator activities.

Pasi Falk, 1994

5.1 | Inleiding

In hoofdstuk 3 beschreven we de transformatie van de moderne Metropolis naar de postmoderne Megalopolis, waardoor de functies van de traditionele *downtown* werden uitgehold en de stadskern zonder eigenschappen de eigen grootstedelijkheid moet simuleren. In dit hoofdstuk, *Een Geografie van Verveling*, zullen we nader ingaan op deze grootstedelijke *locus*, die zonder enige twijfel kan worden aangemerkt als dé plek waar de economie van verveling het meest zichtbaar is. We zagen immers ook in hoofdstuk 3 dat de stadskern is verworden tot een warenspektakel om toeristen en consumenten te verleiden. Hoewel het postmoderne denken een trits heeft opgeleverd van types als de obese, de oniomaan, of de narcist, lijkt de flaneur die zich in zijn vrije tijd laaft aan het urbane spektakel dan ook het meest op de postmoderne grootstedeling

In het bestek van dit hoofdstuk zullen we de logica blootleggen die is verborgen achter de grootstedelijke praxis van het flaneren. We zullen zien *wie* de flaneur is, *waar* hij flaneert, *welke* praxis hij heeft en *waarom* hij flaneert. Uiteindelijk zal ik beargumenteren dat de flaneur de logica van de verveling volgt.

5.2 | Flânerie

Hoewel Walter Benjamin's *Arcaden project* (1927-1940, nooit afgemaakt) dé klassieke bron is voor flânerie, heeft de praxis zijn oorsprong in het Parijse elitaire milieu van de negentiende eeuw. Uit publicaties als Fournel's handboek voor de beginnende flaneur *Ce qu'on Voit dans les Rues de Paris* (1858) én uit literaire werken als Baudelaire's essay *Le Peintre de la Vie Moderne* (1863) komt de flaneur dan ook naar voren als een dandy, die, bij gebrek aan werkzaamheden, zonder haast door de winkelstraten flaneert met een schildpad aan een tuigje; of als een detective, die zich tegelijkertijd binnen en buiten de massa beweegt, opdat hij kan observeren zonder geobserveerd te worden; of als een dichter, die zich Heideggeriaans' verwijld bij de wereld, op zoek naar het buitengewone binnen het gewone. Maar of de flaneur nu een dandy, een detective of een dichter is, hij behoudt steeds een kritische positie, een elitaire afstand tot de massa.¹²³

5.2.1 | De Populaire Flaneur

In Benjamin's *Arcade project* staat echter niet deze elitaire flaneur centraal, maar, zoals we deze figuur in het vervolg zullen noemen, de populaire flaneur. Want waar Benjamin spreekt over flânerie, is hij zelf de elitaire flaneur die, zonder geobserveerd te worden, de winkelende massa observeert. Hoewel in het discours over zijn denken deze typen flânerie vaak verward worden, spreekt hij in zijn *Arcaden project* dus over de flanerende massa. Meer precies nog, over de in de negentiende eeuw opkomende bourgeoisie middenklasse, die de illusie koesterde dat consumptie en vermaak in de winkelstraten en warenhuizen het bewijs was van een maatschappij waarin een ieder vooruit kon komen.¹²⁴ Door Hausmann's vermaarde renovatie van Parijs' binnenstad bezaten de winkelstraten en warenhuizen immers een grandeur, waar de opkomende middenklasse zich al flanerend mee wilde vereenzelvigen.

De reconstructie van Parijs' stadskern nam uiteindelijk zo'n twintig jaar in beslag (± 1850-1870) en leidde tot de aanleg van 12 boulevards door het hart van de oude stadskern, waarbij 350.000 mensen gedwongen werden te verhuizen, hele volkswijken werden gesloopt en talloze straatjes werden verbreed. Welbeschouwd was het hele project niets anders dan een cosmetische operatie, waarin de stadskern werd gemaakt tot een urbaan spektakel ('making

¹²³ A. Aldridge, *Consumption*, 2003: 93-99

¹²⁴ Gent Urban Studies Team (ed.), *The Urban Conditions*, 1999: 110-113

cities fun' avant la lettre). Het structureren van de ongestructureerde stad, maakte een geheel nieuwe visuele ervaring mogelijk, waaruit een geheel nieuwe zienswijze is voortgekomen: de blik van de populaire flaneur, de 'gaze van de kooptoerist'.¹²⁵ Voor het eerst maakten de (ver)brede avenues een flanerende massa mogelijk, van waaruit de populaire flaneur steeds weer nieuwe impressies kan opdoen, opdat hij vervuld wordt door de intensiteiten die het urbane spektakel te beiden heeft ('the flaneur is defined as a constant seeker of impressions and stimuli').¹²⁶

In zijn recente promotieonderzoek *Cities, Consumption, Competition* (2006) signaleert sociaal geograaf Bas Spierings dat 'steden' elkaar meer en meer beconcurreren om de kooptoerist te verleiden. Door de toegenomen functionaliteit van de (sub)urbane ruimte en de toegenomen mobiliteit is de hiërarchische relatie tussen het centrum en de periferie immers verstoord. De grootstedeling is niet langer afhankelijk (werk & winkel & vermaak) van de kern van zijn stadsregio¹²⁷, maar kan kiezen uit de kernen die zijn stadsregio omringen, kan kiezen waar hij gaat 'stad-ten'. Volgens Spierings heeft dit geleid tot een veelheid aan herontwikkelingsprojecten ('redevelopment projects') die de stadskernen hebben willen herinrichten naar de wensen van de 'mobiele fun shopper'. Zelfs in minder mondaine steden als Nijmegen en Enschede, zo concludeert hij, verandert de stadskern in een *shopping unlimited* zone, om maar te kunnen blijven meedoen in de wereldwijde wedloop van het laatkapitalisme.¹²⁸ De stadskern is dus, in deze visie, een sociaal-construct ingegeven door een behoefte aan een urbaan spektakel, ingegeven door verveling.¹²⁹

5.1.2 | De Consumptieve Blik

In zijn essay *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction* (1935), stelt Benjamin dat 'de schokervaring' de nieuwe norm is voor de stedeling, waarbij hij vooral wijst op 'bedreigende urbane schokervaringen' als de anonieme menigte of het gemotoriseerde verkeer.¹³⁰ In zijn Arcaden project voegt hij hier echter 'consumptieve

¹²⁵ S. Lash & J. Urry, *Economies of Sign and Space*, 1994: 272; J. Urry, *The Tourist Gaze*, 1990

¹²⁶ C. Royek, *Leisure Theory*, 2005: 91

¹²⁷ Voor WO II woonde men, al naar gelang de sociale klasse waartoe men behoorde, 'binnen' of 'buiten' de stad. Maar in beide gevallen was men nog afhankelijk van de traditionele stadskern.

¹²⁸ B. Spierings, *Cities, Consumption and Competition. The image of consumerism and the making of city centres*, 2006: 69

¹²⁹ Ibidem: 1-15, 37-51

¹³⁰ Gent Urban Studies Team (ed.), *The Urban Conditions*, 1999: 113

urbane schokervaringen' aan toe - een soort visuele kicks, die hij phantasmagoria noemt.¹³¹ Deze phantasmagoria zijn wensbeelden ('Wunschbilder') die worden opgewekt door de vergezichten op parken, pleinen en gebouwen, door de allure van grote warenhuizen langs met glas overdekte arcaden en door luxe consumptiegoederen achter de ruiten van stijlvol ingerichte etalages. De objecten die zo een phantasmagorisch effect opwekken zijn divers van aard maar hebben 'de kick van het nieuwe' ('the kick of the new') gemeen.¹³² Het is deze kick waarmee de stadskernen elkaar beconcurreren, waarmee de kooptoerist moet worden verleid.

De (blikken van de) elitaire en populaire flaneur verschillen dus wezenlijk. Waar de elitaire flaneur wil observeren zonder geobserveerd te worden, daar wil de populaire flaneur zien en gezien worden. En waar de elitaire flaneur - in Heideggeriaanse zin - het interessante zoekt in de wereld, daar heeft de populaire flaneur slechts oog voor de dingen. Althans, in zoverre de dingen hem toestaan steeds weer nieuwe beelden te consumeren. Zo bezien is flânerie niets anders dan hetgeen Jameson *concupiscio oculis* noemt: consumptie middels het oog.¹³³

Volgens de Situationisten (1957-1972) moet het spektakel niet zozeer worden opgevat als phantasmagoria (een fantastisch goed of een esthetisch gebouw), maar veeleer als een allesomvattend visueel regime binnen het kapitalistische systeem. Een regime bovendien, dat omver dient te worden geworpen. Zo stelden ze in een vermaarde performance de praxis van het dwalen ('dériver') tegenover de praxis van het flaneren ('flâner'). Tijdens het flaneren, zo redeneerden ze, wordt het lichaam geconditioneerd door de structuur van de boulevards, winkelstraten en warenhuizen en wordt de blik verleid door de visuele banaliteit van de etalages, neonlichten, reclameboodschappen en waren. Door al dwalend door de stad te trekken kwamen ze los van het geconditioneerde gedrag van de massa en ontstond er een ruimte waarbinnen spellen - het ingooien van een winkelruit, het omslaan van een neonlicht - gespeeld konden worden om de visuele banaliteit van het dagelijkse leven te ontregelen. De beroemdste woordvoeder van deze radicale kritiek op het primaat van de consumptieve blik en het visuele regime is waarschijnlijk Guy Debord. In de eerste paragraaf van zijn *La Société de Spectacle* (1967) stelt hij dat 'het gehele leven zich aandient

¹³¹ Ibidem: 113-117

¹³² Gent Urban Studies Team (ed.), *The Urban Conditions*, 1999: 115

¹³³ Hardt M. & Weeks, K. *The Jameson Reader*, 2000: 14

als een ontzaglijke opeenhoping van spektakels.¹³⁴ Zoals gezegd, spreekt hij niet alleen over de urbane phantasmagoria, maar ook, zeer algemeen, over waren, elektronische gadgets en informatiemedia en, meer specifiek, over televisieprogramma's en films, tijdschriften en stripboeken, reclameposters en billboards, porno en zelfs over sleutelhangers(?). De 'werkelijke wereld verandert louter in beelden', waardoor alles spektakel, alles 'tijdsbesteding' en 'fonkelende afleiding' is.¹³⁵

Geïnspireerd door het Marxistische discours, stelt Debord uiteindelijk dat het beeld (kick óf verstrooiing), letterlijk, de laatste verschijningsvorm is van het consumptiegoed. 'Het spektakel is het geld waarnaar *men alleen maar kijkt*', zo constateert hij, 'want in het spektakel is de totaliteit van het gebruik reeds geruild tegen de totaliteit van de abstracte representatie.'¹³⁶ De gebruikswaarde is, met andere woorden, opgelost in het gecommuniceerde beeld dat wordt geconsumeerd door de blik.

We constateerden eerder al (hfdstk. 2) dat de relatieve rust van megalopolis de verveelde grootstedeling doet verlangen naar een urbaan simulacrum. We weten nu ook waardoor dit verlangen wordt gewekt. De praxis van flanerie past immers naadloos op de transgressiologica (de verandering, de intensivering) van de verveling. Wellicht is laatste mens dan ook de verveelde grootstedeling die al flanerend zijn consumptieve blik kan laten glijden (vgl. glissade) langs het urbane spektakel (vgl een keten van betekenaren). De vraag is nu: waarom de blik?

5.3 | Het Primaat van de Blik

De constatering 'dat de werkelijke wereld in louter beelden verandert' en dat 'het beeld de laatste verschijningsvorm van de commodity is', zijn ná Debord nog in talloze varianten herhaald. Zo meent de Certeau (1980) dat 'van de TV tot de kranten...wordt onze maatschappij gekarakteriseerd door een wildgroei van de blik, alles afmetend aan het vermogen om te laten zien of gezien te worden', schrijft Baudrillard (1981) over betekenaren die op drift raken ('floating signifiers') in een 'processie van simulacra'; en ziet Jameson (1991) door de proliferatie van beelden een heuse beeldenstorm ('total flow') opsteken.¹³⁷

¹³⁴ G. Debord, *De Spektakelmaatschappij*, 1967: paragraaf 1

¹³⁵ Ibidem: paragraaf 11, 18, 59

¹³⁶ Ibidem: paragraaf 49

¹³⁷ M. de Certeau, *The Practice of Everyday life*, 1980: introduction;

Martin Jay stelt echter in *Downcast Eyes* (1993) dat Debord's analyse, niet is terug te brengen tot de tirannie van de beelden ('the tyranny of images') per sé, maar veeleer voortborduurde op het primaat van de blik in de westerse cultuur. 'Als streven om de wereld, die niet direct meer grijpbaar is, te laten zien door verschillende gespecialiseerde bemiddelingen', zo schrijft Debord in zijn kenmerkende cryptische stijl, 'vindt het spektakel in het gezichtsvermogen het meest bevoorrechte menselijke zintuig, dat in vroeger tijden de tastzin was.' Volgens Debord is het spektakel dan ook 'de erfgenaam' van 'de overheersende categorie van het zien'.¹³⁸ In lijn met deze analyse redeneert Henk Oosterling (2000) dat 'onze visualiteit exponentieel is vergroot, terwijl onze tastzin, die de visuele indrukken altijd controleert, de greep op de dingen lijkt te verliezen. Wij zijn steeds (ver)lichter geworden.'¹³⁹

5.3.1 | Massamiddelen

De verlichting van het lichaam en de bijbehorende verschuiving van het primaat van de tast naar het primaat van de blik, is, analoog aan Marshall McLuhan's analyse in *Understanding Media* (1964), toe te schrijven aan de toename van de media. Hoewel we bij het woord media in eerste instantie denken aan communicatiemiddelen (televisie, telefoon, radio, pers), stelt hij dat elke technologische extensie van de mens een medium is. Elke technologische extensie van ons lijf is immers een middel om het vermogen ervan te vergroten en de druk erop te verlichten. Zo vergroot het wiel het vermogen van de voet om afstanden af te leggen en verlicht het de druk op de voetzolen. Volgens McLuhan is elke extensie van het lijf echter ook een vorm van autoamputatie, omdat lichaamsdelen, zenuwen en organen hun natuurlijke gedrag moeten verlammen. Zo moet de voet, door de extensie van het wiel, een draaiende beweging maken op de fiets of een duwende beweging in de auto. Het medium dus, maakt overbodig wat het uitbreidt.

Hoewel zijn uitspraak dat het medium de boodschap is ('the medium is the message') inmiddels de status van cliché nauwelijks ontstijgt, blijft het een essentiële waarneming om de effecten van een medium te kunnen beoordelen. Bij de beoordeling van media is immers niet zozeer het effect van de *content* van belang, als wel het effect op het *percept* – de wijze

J. Baudrillard, *Simulacra and Simulations*, 1981; F. Jameson, *Postmodernism*, 1991.

¹³⁸ G. Debord, *De Spektakelmaatschappij*, 1967: paragraaf 18 & 19

¹³⁹ H. Oosterling, *Radicale Middelmatigheid*, 2000: 76

waarop wij de wereld ervaren.¹⁴⁰ De boodschap van al die technologische extensies die de vermogens van de grootstedeling zowel uitbreiden als amputeren, is dan ook dat we onze lijven stukje bij beetje amputeren. Het is – zoals de transhumanisten¹⁴¹ voorstaan – echter onzin om te beweren dat we het lichaam niet langer nodig zullen hebben. We kunnen echter wel vaststellen – overigens zonder waardeoordeel uit te spreken – dat we de wereld meer en meer zullen gaan ervaren middels de blik. Of zoals Pasi Falk het kernachtig samenvat in *The Consuming Body* (1994): ‘the very civilising process that shifts the sensory emphasis from the contact senses to the distant senses creates a growing band of spectator activities.’¹⁴²

Zo vergroot de auto het vermogen van de mens door extensies als carrosserie, gaspedaal en versnellingsbak, autotelefoon en airconditioning. Maar worden als gevolg van deze extensies de natuurlijke handelingen van het lijf verlamd, terwijl de blik al turend door het autovenster, letterlijk en figuurlijk, de regie over neemt. Door het lichaam volledig te omsluiten, verhinderen auto’s immers de waarneming met de tast, de reuk of het gehoor, waardoor de stedelijke omgeving slechts kan worden ervaren als een visueel spektakel. Paul Virilio (1991) omschrijft autorijden dan ook als een cinematografische ervaring, waarbij de autovensters te vergelijken zijn met het scherm van een televisie of, zoals ik er nog aan toe wil voegen, de computer.¹⁴³ Wellicht kunnen deze media wel als de archetypen van de grootstedelijke ruimte worden gezien. Niet alleen komen de verlichting van het lichaam, de primaat van de blik, de proliferatie van het beeld en de alomtegenwoordigheid van het scherm erin samen, ook zijn het, letterlijk, massamedia – middelen die de massa manipuleren én die gemanipuleerd worden door de massa.

¹⁴⁰ M. McLuhan, *Media begrijpen. De extensies van de mens*, 1964: 30-44, 66, 67

¹⁴¹ Vgl. Transhumanistisch manifest.

¹⁴² P. Falk, *The Consuming Body*, 1994: 64, in: Gent Urban Studies Team (ed.), *The Urban Condition: Space, Community, and Self in the Contemporary Metropolis*, 1999 129

¹⁴³ P. Virilio, *The Aesthetics of Disappearance*, 1991:101

Hoofdstuk 6.

Een Technologie van Verveling.

The world was not of interest though
her days were never dull.

Bright Eyes, 2007

The present...becomes a place of
praxis.

Frederic Jameson, 1991

Make the most of now.

Vodafone, 2007

6.1 | Inleiding

We beargumenteerden eerder dat postmodern zijn leidt tot een fragmentatie van de tijdshorizon, tot een continue nu. In het vorige hoofdstukken constateerden we dat de verveelde grootstedeling vlucht voor de verveling door het consumeren van steeds weer nieuwe goederen of door het flaneren langs steeds weer nieuwe urbane spektakels. Tot nu toe hebben we dus gezien dat de grootstedeling steeds in een andere verhouding tot het consumptiegoed is komen te staan. Waar waren in de praxis van de consumptie tastbaar blijven, daar worden ze in de praxis van de flanerierie meer zichtbaar dan tastbaar, om uiteindelijk in de praxis van het zappen of surfen nog slechts zichtbaar te zijn op het scherm.

De alomtegenwoordigheid van het scherm in het dagelijkse leven van de grootstedeling, is zo vanzelfsprekend dat het nauwelijks toelichting behoeft. Van de *flatscreen* van de televisie tot de *touchscreen* van de magnetron en van de *display* van het mobieltje tot de *billboards* met *advertising*, we omringen ons met schermen die tezamen een beeldenstorm ('total flow') veroorzaken. In dit hoofdstuk zullen we nader ingaan op het alomtegenwoordige beeldscherm, waarbij ik zal beargumenteren dat achter recente trends in de ontwikkeling van telecommunicatie technologieën de logica van de verveling schuilt.

6.2 | Schermen

We zullen ons in het bestek van dit werk over verveling vooral richten op de schermen van de televisie en computer, maar het is goed te beseffen dat we in ruime mate *afgeschermd* zijn van de werkelijkheid. Volgens Slavoj Žižek in *Het Subject en zijn Onbehagen* (1997) spiegelt onze vertrouwdheid met het scherm een veranderde omgang met de wereld. We zijn zo gewend geraakt aan ‘ondoorzichtige technologie’, dat de ‘wereld die feitelijk achter het beeldscherm ligt’ net zo onzichtbaar als irrelevant is geworden. ‘Als het modernistische universum het verborgen universum achter het beeldscherm is, van bytes, bedrading, chips en elektrische stromen, dan is het postmoderne universum het universum van het naïeve vertrouwen in het beeldscherm.’¹⁴⁴

Daarom stelt sociologe Sherry Turkle (1998) ook dat het leven op het scherm net zo werkelijk voor ons is, als de werkelijke wereld (‘real life is just one more window’) en stelt socioloog Manuel Castells (1997) onomwonden dat: ‘reality itself...is entirely captured...in the world of make believe, in which appearances are not just on the screen through which experience is communicated, but they become the experience.’¹⁴⁵ Wellicht is Alvin Toffler’s speelse omschrijving van de *screenager* dan ook wel op ieder van ons toepasbaar. We leven immers allemaal - van jong tot oud - in de *screen age*.¹⁴⁶

6.2.1 | Van de Massamedia naar het Multimedium

De beeldschermen van de televisie en de computer nu, kunnen worden opgevat als representanten van de tijdperken die Mark Poster (1995) heeft omschreven als het eerste en het tweede media tijdperk, en die ik het massamedia en het multimedium tijdperk zou willen noemen. Zonder nu diep in te willen gaan op discussies omtrent de invloeden van mediainhouden, is het wél van belang om de wezenskenmerken van de twee typen te vergelijken. Om de boodschap van een medium te begrijpen, zo weten we sinds McLuhan, moeten we immers niet de *content* maar het *percept* bestuderen, moeten we niet vragen naar de inhoud, maar naar de technologische mogelijkheden van media.

Hoewel de eerste experimentele televisiebeelden al in 1930 werden uitgezonden in Duitsland en het Verenigd Koninkrijk, stonden de technologische onvolgroeidheid van het

¹⁴⁴ S. Žižek, *Het Subject en zijn Onbehagen*, 1997: 149-50

¹⁴⁵ S. Turkle, *Life on the screen: Identity in the Internet*, 1998.

M. Castells, *The Network Society* Vol.II. *The Power of Identity*, 1997: 373

¹⁴⁶ A. Toffler, *Future Shock*, 1970

medium, de depressie en de Tweede Wereld Oorlog een massale diffusie ervan in de weg. In 1962 bezat echter al 38% van de Nederlandse huishoudens een televisietoestel (tegen 90% van de Amerikaanse) en halverwege de jaren '70 was de diffusie van de televisie nagenoeg compleet. Uiteindelijk zou de televisie (plus de auto) hét symbool worden van het gouden tijdperk dat aanbrak vanaf de jaren'50. Want hoewel televisie nagenoeg dezelfde wezenskenmerken heeft als de overige traditionele massamedia (film, gedrukte pers en radio), heeft televisiekijken altijd verreweg het grootste aandeel in de vrijetijdsbesteding van de grootstedeling gehad – zo besteedden Nederlanders in 1975 een kwart van hun vrije tijd aan de televisie.¹⁴⁷

Massamedia nu, kunnen worden gedefinieerd als (a) kanalen (b) beheerd door een klein aantal organisaties (c) die massaal informatie verspreiden, (d) bedoeld voor consumptie (e) op non-communicatieve wijze en (f) non-interactieve wijze en (g) op de daarvoor bestemde plaats en tijd.¹⁴⁸ Zoals voor alle definities, geldt natuurlijk ook voor deze definitie van massamedia dat er uitzonderingen zijn te bedenken – zeker in het geval van de gedrukte pers. Toch kun je bijvoorbeeld verdedigen dat de televisie een massamedium is, omdat het door middel van televisieprogramma's op massale wijze informatie verspreidt bestemd voor een relatief passieve consument, die niet kan communiceren met de zender en niets kan veranderen aan de aard van de informatie en bovendien afhankelijk is van de plaats waar het televisietoestel is geïnstalleerd en van het tijdstip waarop de informatie is geprogrammeerd.

Een jaar of wat geleden suggereerde NEC (Nippon Electric Company) in een reclamecampagne dat, 'in ten years, people will ask: what are televisions?' Dit lijkt een boude stelling, maar door de toegenomen rekensnelheid van microprocessors en door de digitalisering van informatie is dit geenszins een science-fiction scenario. Zoals het onderstaande staafdiagram (figuur 6.1)¹⁴⁹ laat zien, wordt er in de westerse landen door de bevolkingsgroep onder de 55 jaar nu al meer geconsumeerd via digitale media dan via traditionele media als televisie, radio en krant.

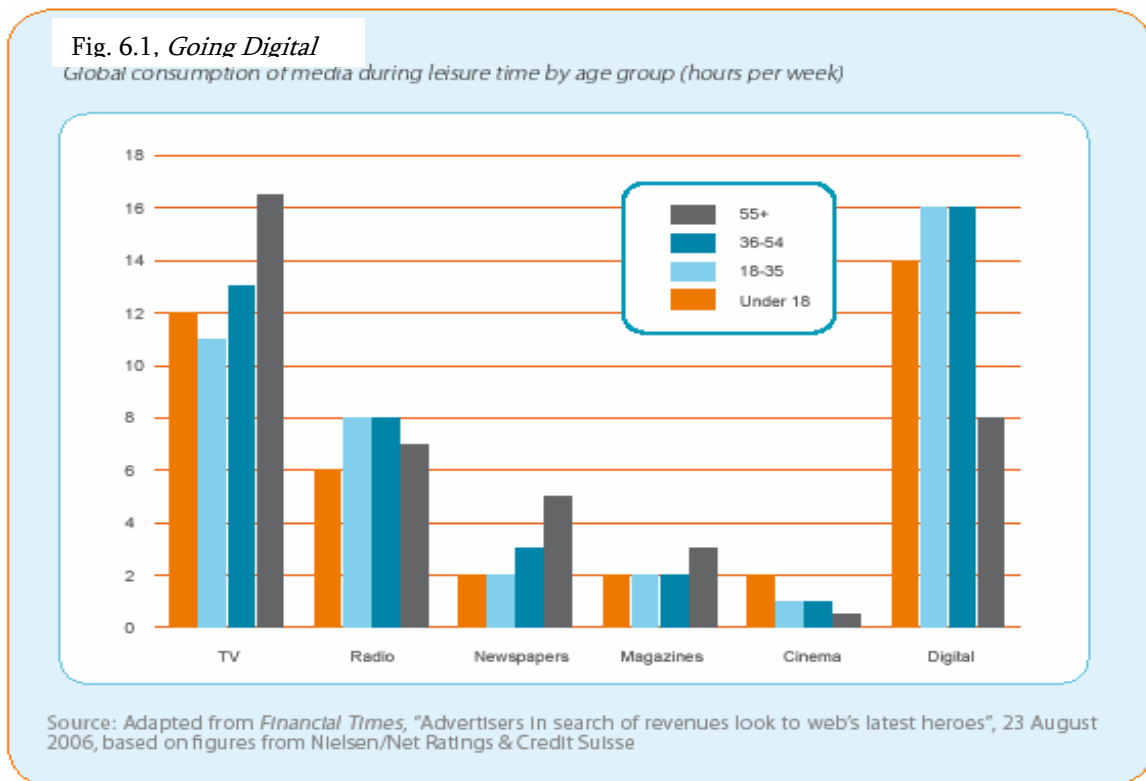
Uiteraard zijn het *world wide web* (1.0 & 2.0) en de computer met name verantwoordelijk voor deze 'digitale revolutie'. Volgens Manuel Castells (1997) zou de komst van het

¹⁴⁷B. Altena & D. van Lente, *Maatschappijgeschiedenis van Westerse Samenlevingen, 1750-1989*: 318

¹⁴⁸J.W. Ryan & W.M. Wentworth, *Media and Society: The production of culture in the mass media*, : 16-18

¹⁴⁹ITU Internet report, *Digital Life*, 2006: 31

wereldwijde netwerk en de *personal* computer zelfs wel eens het einde van de massamedia kunnen betekenen.¹⁵⁰ Gezien de digitalisering van traditionele media als televisie (uitzendinggemist.nl), radio (nederland.fm) & de pers (nu.nl), waardoor de consument zelf kan bepalen *waardoor* en *wanneer* hij wordt geïnformeerd, lijkt deze voorspelling inderdaad bewaarheid te worden. Bovendien laten recente innovaties een verdere uitholling zien van de hegemonie van de traditionele massamedia.



Toepassingen als particuliere draadloze internetverbindingen (Wireless Leiden), *peer-2-peer* netwerken voor telefoneren (Skype) en *downloaden* (Limewire) én software voor het bewerken, produceren (Wiki's, Blogs Podcasts) en het *uploaden* (youtube.com) van digitale content maken dat de passieve consument een actieve consument of zelfs een producent is geworden. De bedenkers van de gratis toepassingen voor digitale telefonie (Skype) en digitale televisie (Joost) menen zelfs dat je kunt spreken van een heuse beweging van consumenten *empowerment*, waarbij consumenten langzamerhand machtiger worden dan de producenten. Hoewel de herschikkingen van mediamagnaten als AOL TimeWarner, laten zien dat hier geen enkele sprake van kan zijn, doet de definitie van massamedia, zoals hierboven gegeven, toch geen opgeld meer. Al is het maar omdat de functies van massamedia (televisie) meer en meer worden ingevuld door multimedia (computer). Want,

¹⁵⁰ F. Webster, *Theories of The Information Society*, 2002: 105

zo kopte een wereldwijd gelanceerde advertentie van het Finse telecombedrijf *Nokia* onlangs (fig.6.2), ‘dit is de computer, opnieuw uitgevonden’. Om daar nog aan toe te voegen: ‘het is een pc. Het is een foto toestel. Het is een camera. Het is een mp3 speler. Het is een gps.’ (het is blijkbaar overbodig om te melden dat de N95 vooral ook een telefoontoestel is).¹⁵¹ De recente ontwikkelingen in de ICT-sector lijken dus vooruit te wijzen naar een andersoortig medium. Grofweg zijn er drie trends aan te wijzen: netwerkkoppeling, miniaturisering en multimedialisering.¹⁵² Trends dus, die leidden tot apparaten als de Nokia N95 – een draagbaar multimedialium dat verbonden is met het digitale netwerk, waardoor de verveelde consument *waar* dan ook *wanneer* dan ook *wat* dan ook kan zien op het scherm van zijn *personal computer*, *cellphone* of *palmtop*.

Figuur 6.2, *advertisement Nokia*



6.2.2 | Het Multimedialium is de Boodschap: hier & nu

We weten inmiddels dat in de verveling de wereld betekenisloos schijnt, waardoor de plek leeg blijft en de tijdshorizon fragmenteert tot een nu. Het is opvallend om te zien dat de retoriek van de *advertisements* voor dergelijke multimedia in wil spelen op de grootstedeling die de logica van de verveling volgt. Zo wordt de hierboven besproken Nokia aangeprezen als de ‘gedroomde compagnon’ bij een ‘citytrip’ - ‘de GPS toont je de weg, via internet vindt je de mooiste bezienswaardigheden en je registreert je indrukken met de ingebouwde camera.’¹⁵³ En als er geen bezienswaardigheden meer zijn voor de flaneur, dan kan hij zijn blik altijd nog richten op het scherm van zijn multimedialium: ‘leef je leven live!’. Volgens telefoonbedrijf Vodafone kan de verveelde grootstedeling immers ‘elk moment volop beleven’ door via een ‘mobile connect card’ *online* te gaan. Want, zo weet de reclamefolder, Heidegger’s analyse van de stukkende tijd doet niet langer opgeld, omdat we *nu* overal kunnen spelen (‘*Stuck on a train or waiting for lunch...when live pauses, you can still play*’). Vodafone live! verzorgt volgens de wervende tekst ‘alle entertainment, informatie en sensatie op je mobiel’ in ‘bewegend beeld en geluid’. De slogan ‘*make the*

¹⁵¹ www.nokia.nl

¹⁵² J. de Mul (red.), *Filosofie in Cyberspace*, 2002: 14-16.

¹⁵³ www.nokia.nl

most of now' (fig. 6.3) getuigt dan ook van een zijnswijze waarin elk leeg moment dient te worden gevuld, opdat de verveling blijft zwijgen.¹⁵⁴

We vervlechten nu en nu en nu (wanneer) de fysieke ruimte (waar) met een virtuele ruimte (wat). Jos de Mul voorspelt in *Cyberspace Odyssee* dat het geen twijfel lijdt 'dat een steeds groter deel van het menselijk leven zich zal

gaan afspelen in hybride ruimten.' Hij noemt zo'n hybride een *augmented space*, dat naast *vermeerderde ruimte* ook *versterkte ruimte* kan betekenen.¹⁵⁵ Het *portable* multimedialium nu, biedt ons deze mogelijkheid om onze actuele ruimte te vermeerderen (verruimen) én te versterken (intensiveren). Volgens Jameson wordt het continue nu dan ook tot een 'place of praxis'.¹⁵⁶

De term *spaces* moet hier onderscheiden worden van de term *places*. In *The Practice of Everyday Life* (1984) wijst De Certeau op dit onderscheid wanneer hij stelt: 'space is a practiced place.' Zo wordt een straat (een door *urban planning* bepaalde *place*) door een wandelaar verandert in een *space*, en wordt een geschreven tekst (een door een systeem van tekens bepaalde *place*) door de lezer verandert in een *space*.¹⁵⁷ Het onderscheid en de onderlinge samenhang tussen *place* en *space* is van eenzelfde kwaliteit als het onderscheid en de onderlinge samenhang tussen *data* en *informatie*. Door de digitalisering bestaat informatie (tekens) immers in eerste instantie uit data, waardoor we niet van een beeldenstorm ('total flow') maar van een *digital data stream* of een *datasphere* moeten spreken.¹⁵⁸ Waar *place* door een praxis wordt veranderd in *space*, daar wordt *data* door een praxis veranderd in *informatie*. In het verlengde hiervan kun je stellen dat de *datasphere*, bestaande uit data, door een praxis wordt veranderd in een *augmented space*, bestaande uit informatie (vgl. tekens en symbolen). Het is daarom beter om niet over *augmented spaces*, maar over *informed spaces* te spreken.

Fig. 6.3, de Portugese versie van Vodafone's 'make the most of now' reclamecampagne



¹⁵⁴ www.vodafone.nl

¹⁵⁵ J. de Mul (red.), *Filosofie in Cyberspace*, 2002, 150

¹⁵⁶ F. Jameson, *Postmodernism*, in: K; Weeks & M. Hardt, *The Jameson Reader*, 2000: 210. Ik stipte dit al eerder aan in hoofdstuk 4.

¹⁵⁷ M. De Certeau, *The Practice of Everyday Life*, 1984: 117

¹⁵⁸ D. Rushkoff, *Media virus!*, 1994. zie ook: Brook & Boal (ed.), 1995:235

6.2.3 | Het Multimedium is de Boodschap: transgressie

Naast gevolgen voor onze omgang met plaats en tijd, maakt de *datasphere*, bestaande uit ‘*digital content without frontiers*’¹⁵⁹, dat we - in de commonplace opvatting van verveling - niet langer kunnen stellen dat we ons vervelen. Een avondje zappen kan ons immers vervelen omdat er ‘niets’ op televisie is, terwijl de virtuele ruimte alle mogelijke vormen van verstrooiing omvat. Vanuit Heideggeriaans perspectief bezien echter, zal het minder voorkomen dat ‘iets ons verveelt’, maar des te vaker dat ‘we ons vervelen bij iets’.

Recent heeft Vodafone de eerder genoemde *make the most of now* campagne uitgebreid. Al wachtend op de bus, kunnen klanten van het bedrijf nu de veronderstelde leegte van het ogenblik vullen door, de door Vodafone beschikbaar gestelde, data te

Fig. 6.4, campagne vodafone

Fig. 6.5. NZ Herald. 03/08/07



gebruiken om de ruimte van het bushokje te informeren (zie fig. 6.5).¹⁶⁰ De slogan waarmee Vodafone deze dienst aanprijst (‘Try Something New’) appelleert dan ook aan de transgressielogica van de verveling, en dus aan, om met Svendsen (1997) te spreken, de bevrediging die alleen in het nieuwe kan schuilen (zie fig. 6.4).

De digitale content die het vaakst wordt geconsumeerd op het wereld wijde web is gerelateerd aan communicatie (telefoneren, Instant Messaging, eMail), entertainment, (audiovisuele content, online gamen & gamblen), informatie en consumptie¹⁶¹ – in die volgorde. De populaire digitale cultuur van de virtuele ruimte spiegelt in die zin ook de populaire cultuur zoals we die al kenden - een cultuur van verstrooiing, afleiding en de kick van het nieuwe. Zoek ter illustratie met google op *boredom* voor een schier oneindige lijst met websites als *Boredom Relieve. Stimulate your brain with online games, optical illusions, fun quizzes and much more, Boredom Busters. Curing boredom one person at the time of The Cure for Boredom. For every bored moment.* Het wereld wijde web kan dan ook

¹⁵⁹ ITU Internet report, *Digital Life*, 2006

¹⁶⁰ M. McKenzie-Minifie, *Your Bus stop Wants to Chat*, (in: New Zealand Herald, 03/08/2007

¹⁶¹ Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), *De digitale economie*, 2006.

www.mediaonderzoek.nl, een weetje: Uit een onderzoek onder Duitse vrouwen blijkt dat ze webwinkelen of ‘de virtuele etalages langs gaan uit verveling of omdat ze niks anders te doen hebben.’

worden beschouwd als een virtuele ruimte waarbinnen een onbegrensde hoeveelheid data maakt dat de transgressiologica tot *in extremis* kan worden gevolgd. Werd de virtuele ruimte vooralsnog vooral thuis en in de vrije tijd ontsloten¹⁶², nu kan de elk *zin*-loos ogenblik worden gevuld door te *zappen*, te *browsen*, te *surfen*, door volledig geïnformeerd en gecommuniceerd te *zijn*. Het multimedium is immers de 'plug' waarmee we fysieke ruimten kunnen verweven met virtuele ruimten, waarmee we toegang verkrijgen tot *informed spaces*. 'De betekenis van een boodschap' wordt dan, om met McLuhan te spreken, gelijk aan 'de verandering die ze teweeg brengt in het beeld'.¹⁶³

Overigens is de reclamecampagne van Vodafone gebaseerd op het leven van de één-dagsvlieg ('the common mayfly').¹⁶⁴ Wij zouden, zo vertelt de voice-over, van deze vlieg kunnen leren dat we van elke moment moeten genieten door het te vullen met de dingen waarvan we houden. Maar zoals we in de proloog al constateerden aan de hand van Afth. Van der Heijden's roman *het leven uit een dag*, veronderstelt deze attitude de angst van de verveelde mens voor de woestijn die achter de herhaling ligt: het lege ogenblik. Wellicht is de laatste mens wel de grootstedeling die zich letterlijk *afschermt* van de ware wereld door multimediaal en *online* de leegte (van plaats & tijd) te vullen met steeds weer nieuwe spektakels.

¹⁶² Uit een in 2004 gepubliceerd onderzoek van Stanford University, getiteld *ten years after the birth of internet, how do Americans use the internet in their daily lives?* (2004), blijkt dat internet vooral thuis en in de vrije tijd gebruikt wordt. Behalve om te communiceren, wordt het internet met name gebruikt om spelletjes te spelen (20,3%), doelloos rond te surfen (15,4%), te consumeren (10%), spam (reclame) te verwijderen (8,5%) en de actualiteit te volgen (6,9%).

¹⁶³ M. McLuhan, *Media Begrijpen. De extensies van de mens*, 2002: 49

¹⁶⁴ <http://www.vodafonemayfly.co.uk/>

epiloog
DATA MORGANA

Man täuscht sich jedesmal, wenn man einen Fortschritt von einem Ideal erwartet; der Sieg des Ideals war jedesmal bisher eine retrograde Bewegung.

F. Nietzsche, 1885

En de wanhoop nadien had iets van lekker samen // Uitzicht op leegte, maar // Met gordijntjes voor de ramen

H. de Coninck, 1980

De woestijn is niet iets om te beoordelen, kritiek op te hebben, of te willen veranderen (..) eerder zou de filosoof de woestijn tot zijn eigen nadenken moeten toelaten. In echte filosofie.

Th. C. W. Oudemans, 2007

|
Nietzsche stelde ooit eens in een notitie (1885) dat het een misvatting is te denken dat een ideaal vooruitgang brengt. De overwinning van een ideaal, het behalen van het doel dat in een ideaal verankerd ligt, zou volgens hem slechts gelijk staan aan een teruggaande beweging ('eine retrograde Bewegung'), aan een achteruitgang, of liever, zo zou ik willen toevoegen, aan stilstand.

In hoofdstuk 1 (*Van een Hierna-maals naar een Hier-nogmaals*) hebben we geconstateerd dat postmodern zijn wordt gekenmerkt door een ongeloof aan een verdere universele loop van de menselijke geschiedenis. We hebben immers, zo vinden wij met Fukuyama (1989), het westerse ideaal van de absolute vrijheid verwezenlijkt in de kapitalistische liberaal-democratische staatsvorm, waardoor we ons nu bevinden in een *comfortzone* aan het einde van de geschiedenis. In deze *comfortzone* is het verlangen naar een nieuwe en verbeterde wereld, zo zagen we in hoofdstuk 4 (*Een Economie van Verveling*) aan de kassa ingeruild voor het verlangen naar nieuwe en verbeterde waren. We willen en we kunnen niet meer vooruit. Zelfs revolutie (Mei '68), rebellie, of terrorisme (11 september '01) sterkt ons in een

besef van superioriteit van de Westerse cultuur. We zijn, met andere woorden, passief nihilistisch. En dát terwijl postmodern zijn dé kans is, om met Vattimo (1989) te spreken, op een nieuwe (misschien eindelijk menselijke) bestaanswijze, waarin we na het wissen van de metafysische horizonten van de moderniteit, de eigen fysische horizonten kunnen bepalen, die zin (vgl. richting en betekenis) verlenen aan het bestaan. De onwil en de onmacht om die kans niet actief in te vullen leidt tot lichtvoetigheid zonder zwaarmoedigheid, tot zinloos hedonisme, tot kleine pleziertjes voor de dag en kleine pleziertjes voor de dag .

Herman de Coninck (1980) dichtte eens treffend: ‘de wanhoop nadien had iets van lekker samen. uitzicht op leegte, maar met gordijntjes voor de ramen.’

We staan collectief stil, wachten op Godot, wachten op niets, en worden daardoor, zo is mijn stelling, gestemd tot verveling. In de verveling, zo constateerden we eerder aan de hand van Heideggers’ denken over deze stemming, ervaart het Dasein een onbestemd gevoel van zinloosheid, waardoor de ruimte leeg laat en de tijd tot een continue nu wordt, of, zoals we ook wel stelden, er een leeg ogenblik ontstaat. In de overige hoofdstukken van het 1^e deel, *postmodern zijn*, constateerden we dat deze wezenskenmerken zichtbaar zijn in de wijze waarop wij *en masse* met onze geografische ruimte en onze historische tijd omgaan – de eerste aanwijzingen dat de verveling niet alleen een individuele gestemdheid is, maar veeleer een gestemdheid onder een meerderheid van ons postmodernen. In hoofdstuk 2 (*Megalopolis*) zagen we dat de hiërarchische relatie tussen de traditionele stadskern en periferie sterk is geërodeerd, waardoor één grootstedelijke ruimte is ontstaan. En dat simultaan aan deze ontwikkeling, de traditionele stadskernen zijn verworden tot simulaties van urbaniteit, volledig ingericht om in de behoeften te voorzien van de verveelde grootstedeling, die naar *downtown* trekt om het lege ogenblik te vullen met waren, beelden en ervaringen. In hoofdstuk 3 (*Voorbij het Einde naar het Nu*) zagen we aan de hand van de universele praxis van de pastiche dat het verleden is geïmplodeerd in het nu, waardoor het heden is losgekomen van een narratief en een tijdshorizon die verleden, heden en toekomst in een moderne, dus zinvolle en logische, orde konden plaatsen. Het hier en nu in de postmoderniteit is dan ook gelijk aan het hier en nu in de verveling, dat continue wordt voorafgegaan én gevolgd door weer een ander hier en nu, die, letterlijk, geen verband houden met elkaar. Leeg ogenblik, na leeg ogenblik, na leeg ogenblik.

In het leven van alledag trachten we deze lege ogenblikken te vullen door het volgen van een transgressielogica. We stelden in de proloog immers dat het een gemeenplaats is dat de verveling een onaangename stemming is (ontstaan door herhaling van ervaring en ervaring van herhaling), die dient te worden verdreven door steeds weer nieuwe (dus andere of intensere) ervaringen. In het tweede deel, *postmoderne praktijken*, constateerden we dat deze transgressielogica, een wezenskenmerk van de stemming, zichtbaar is in de populaire massacultuur – een tweede aanwijzing dat een meerderheid van ons postmoderns verveeld is. We trachten *en masse* de lege ogenblikken te vullen door te consumeren, te flaneren of te informeren, waarbij we, bij nadere beschouwing, een logica van verveling volgen, die ons voortstuwt langs betekenaren (differentie, glissade), beelden, informatie en, uiteindelijk, data. We volgen, met andere woorden, een Data Morgana in een oneindig woestijnlandschap.

Overigens heb ik in het voorgaande geen moreel oordeel willen vellen, of mijn afkeuring willen uitspreken. Veeleer heb ik geprobeerd om een zijnswijze te beschrijven, die besloten ligt in ons westerse kapitalistische liberaal-democratische bestel, of beter, in ons kapitalistische technocratische bestel. De postmoderniteit stemt tot verveling, verleent geen richting en betekenis en biedt slechts een zijnswijze waarin elk leeg ogenblik gevuld dient te worden door transgressie. Ondanks de vele verworvenheden op gebieden als lastenverdeling, rechtsorde en gezondheidszorg, doet dit verlangen naar een andere omgang met tijd en ruimte. Een omgang, waarbij, om met Nietzsche te spreken, er wellicht een mogelijkheid bestaat om tegelijkertijd lichtvoetig en zwaarmoedig te zijn, om tegelijkertijd passief nihilistisch en actief nihilistisch te zijn. We zijn echter de revolutie voorbij en ons rest nu niets anders dan het vinden van een houding die zo een omgang mogelijk maakt.

In *Echte Filosofie* (2007) weet Th.C.W. Oudemans dan ook dat ‘de woestijn niet iets [is] om te beoordelen, kritiek op te hebben, of te willen veranderen (...), eerder zou de filosoof de woestijn tot zijn eigen nadenken moeten toelaten.’ Indien we ertoe in staat zijn, met andere woorden, om de woestijn van de verveling vaker tot ons nadenken toe te laten, om ons vaker leeg te laten, om ons, in de woorden van Heidegger, vaker uit te leveren aan het in het geheel nietszeggende zijnde, dán kan ons Dasein zich wellicht als braakliggende mogelijkheid openbaren en dán vinden we wellicht een houding die een lichtvoetige én een zwaarmoedige omgang mogelijk maakt met een postmodern leven van alledag dat tot verveling stemt.

Bronnenlijst

| Literatuur

- Akker, van den, R. *Wees niet al te voldaan*. (in: NRC Handelsblad, 13/01/2003)
- Aldridge, A. *Consumption* (Polity Press, Oxford, 2003)
- Altena B. & Van Lente, D. *Maatschappijgeschiedenis van Westerse Samenlevingen, 1750-1991*, manuscript, 2001. Inmiddels verschenen als: Altena B. & Van Lente, D. *Vrijheid & Rede. Geschiedenis van Westerse Samenlevingen . 1750-1989* (Hilversum, Verloren, 2003)
- Barthes, R. *Mythologieën* (De Arbeiderspers Amsterdam, 1975)
- Baudrillard, J. *Fatal Strategies* (Semiotext(e), New York, 1990)
- Baudrillard, J. *System of Objects, 1968*, in : M. Poster, *Baudrillard. Selected Writings* (Polity Press, Oxford, 2001 – 1e druk 1988)
- Baudrillard, J. *The Consumer Society*, 1970, in: M. Poster, *Baudrillard. Selected Writings* (Polity Press, Oxford, 2001 – 1e druk 1988)
- Baudrillard, J. *Simulacra and Simulation*, 1981, in : M. Poster, *Baudrillard. Selected Writings* (Polity Press, Oxford, 2001 – 1e druk 1988)
- Beck (ed.), L.W. *Kant – On History* (Library of Liberal Arts – Prentice Hall, Inc., New Jersey, 2001)
- Beck, U. *The Risk Society* (Sage Publications, London, 1992 – 1e druk 1986)
- Beckett, S. *Waiting for Godot*. (Faber and Faber, London, 1956 – oorspronkelijk verschenen 1952)
- Bell, D. *The End of Ideology. On the exhaustion of political ideas in the fifties* (Harvard University Press, Cambridge, 1988 – 1e dr. 1960)
- Bell, D. *The Cultural Contradictions of Capitalism*, (Basic Books, New York, 1976)

Braembussche, van den, A. A. *Denken over Kunst. Een inleiding in de kunstfilosofie* (Coutinho Bussum, 2000)

Castells, M. *The Network Society Vol.II. The Power of Identity* (Blackwell, Oxford, 1997)

Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), *De digitale economie*, 2006.

Certeau, de M. *The Practice of Everyday Life* (University of California Press, Berkeley, 1984)

Coninck, de H. *Vriendin van één nacht*. (in: *Met een klank van Hobo*, Orion, Mechelen, 1980)

Cormier R. & Pallister, J.R. *Waiting for Death. the philosophical significance of Beckett's 'En attendant Godot'* (The University of Alabama Press, Alabama, 1979)

Cross, G.S. *Time and Money. The Making of Consumer Culture* (Routledge, New York/London, 1993)

Debord, G. *De Spektakelmaatschappij* (vert. J. Kloosterman & R. van de Kraats, Wereldvenster, Baarn, 1976 - oorspronkelijk verschenen 1967)

Durham, M. G. & Kellner D. (ed.), *Media and Cultural Studies Keywords* (Blackwell Malden/Oxford, 2006)

Easton Ellis, B. *Less than Zero*, 1985

Easton Ellis, B. *American Psycho*, 1991

Featherstone, M. *Consumer Culture and Postmodernism*. (Sage, London, 2007)

Feenberg. A & Friedman J. *When Poetry Ruled the Streets, the may events of 1968*. (University of New York Press, New York, 2001)

Fishman, R. *Bourgeois Utopias. The rise and fall of suburbia* (Basic Books, New York, 1987)

Fiske, J. *Television Culture*. (Routledge, London 1989)

Fukuyama, F. *The End Of History*. (in: *The National Interest* 1989, blz. 3-18)

Fukuyama, F. *Het Einde van de Geschiedenis en de Laatste Mens*. (Olympus, 1999 – 1^e dr. 1992)

- Gent Urban Studies Team (ed.), *The Urban Condition: Space, Community, and Self in the Contemporary Metropolis*. (010 Publishers, Rotterdam, 1999)
- Goncharov, I. *Oblomov*. (transl. N.Duttington, 1957 – oorspronkelijk verschenen 1859)
- Gorman, L. & D. McLean. *Media and Society in the Twentieth Century. A Historical Introduction*. (Blackwell Publishing Malden/Oxford, 2003)
- Hardt M. & Weeks, K. *The Jameson Reader*. (Blackwell, Oxford, 2000)
- Hegel, G.W.F. *Lectures on the Philosophy of World History: Introduction* (vert. H.B. Nisbet, Cambridge University press, 1975 – oorspronkelijk 1805-1806)
- Heijden, Van der, A.F.Th. *Het Leven uit een Dag*, 1988
- Heldring, J.L. *Verveelt Nederland zich?* (in: NRC Handelsblad, 24/05/2007)
- Hertmans, S. *Het bedenkelijke. Over het obscene in de cultuur*. (Boom, Amsterdam, 1999)
- Highmore, B. *The Everyday Life Reader*. (Routledge, London, 2002)
- ITU Internet report, *Digital Life*. (2006)
- Jameson, F. *Reification and Mass culture*, 1981, in: M. Hardt & K. Weeks, *The Jameson Reader*. (Blackwell, Oxford, 2000)
- Jameson, F. *Postmodernism*. (in: The New left Review, 1984)
- Jameson, F. *Postmodernism, or, The cultural logic of late capitalism*. (Duke University Press, Durham, 1991)
- Kant, I. *Kritik der Urteilskraft*, (Meiner, Hamburg, 2001 – oorspronkelijk verschenen 1790)
- Klapp, O.E. *Boredom and Overload - essays on the quality of life in the information society*. (Greenwood Press, Connecticut, 1986)
- Kracauer, S. *Langeweile*, 1924, in: *The Mass Ornament: Weimar Essays*. (red. & vert. T.Y. Levin, Harvard University Press, Harvard, 1995)
- Kaal, R. *Als het maar anders is*. (in: HP/de tijd, 27/10/2006)

- Lasch, C. *The Culture of Narcissism. American life in an age of diminishing expectations* (Norton, New York, 1978)
- Lasch, C. *The Minimal Self. Psychic survival in troubled times* (Norton, New York, 1984)
- Lash, S. & Urry, J. *Economies of Sign and Space*. (Sage, London, 1994)
- Lyotard, F. *La Condition Postmoderne : rapport sur le savoir*. (Les Éditions de minuit, Paris, 1979)
- Marx, K. & Engels, F. *Het Communistisch Manifest*. (Pegasus, Amsterdam, 1998 – oorspronkelijk verschenen 1848)
- McKenzie-Minifie, M. *Your Bus stop Wants to Chat*. (in: New Zealand Herald, 0/3/2007)
- McLuhan, M. *Media Begrijpen. De extensies van de mens*. (Nieuwezijds, Amsterdam, 2002 – oorspronkelijk verschenen 1964)
- Mul, J. de, *Romantic Desire in (post)modern Art & Philosophy*. (SUNY, New York, 1990)
- Mul, J. de (red.), *Filosofie in Cyberspace. Reflecties of Informatie- en Communicatie Technologie*. (Klement, Kampen, 2002)
- Nietzsche, F. *De Vrolijke Wetenschap*. (Uitgeverij de Arbeiderspers Amsterdam, 2003 – oorspronkelijk verschenen 1882)
- Nietzsche, F. *Also Sprach Zarathustra*, (Goldman, München, 1987 – oorspronkelijk verschenen 1892)
- Oosterling, H. *Radicale Middelmatigheid* (Boom, Amsterdam, 2002)
- Oudemans, Th.C.W. *Echte Filosofie* (Bert Bakker, Amsterdam, 2007)
- Poster, M. *Jean Baudrillard. Selected writings* (Polity Press, Cambridge, 2001)
- Prins, A. manuscript hoofdstuk 3 proefschrift. Inmiddels verschenen als: Awee Prins, *Uit Verveling*. (Klement, Kampen, 2007)
- Rushkoff, D. *Media virus!* (Random House, New York, 1994)
- Royek, C. *Leisure Theory* (Palgrave, 2005)

- Ryan J.W. & Wentworth, W.M. *Media and Society: the production of culture in the mass media* (Allyn and Bacon, Boston, 1999)
- Safranski, R. *Nietzsche – Een biografie van zijn denken* (Olympus, 2002)
- Safranski, R. *Heidegger en zijn tijd* (Olympus, 2006)
- Sarup, M. *An Introductory Guide to Post-structuralism and Postmodernism*. (Harvester Wheatsheaf, Hemel Hempstead, 1988)
- Spierings, B. *Cities, Consumption and Competition. The image of consumerism and the making of city centres*. (Enschede, Ipskamp, 2006)
- Stephens, J. *Anti-Disciplinary Protest: Sixties radicalism and post-modernism*. (Cambridge University Press, Cambridge, 1998)
- Stevenson, D. *Cities and Urban Culture*. (Open University Press, Maidenhead, 2003)
- Svendsen, L. *Filosofie van de Verveling*. (De Bezige Bij, Amsterdam, 1997)
- Toffler, A. *Future Shock*. (Bantam Books, 1970)
- Turkle, S. *Life on the screen: Identity in the Internet*. (Simon & Shuster, New York, 1998)
- Urry, J. *The Tourist Gaze*. (Sage, London, 1990)
- Vattimo, G. *The End of Modernity, Nihilism and hermeneutics in postmodernism*, (Polity Press, Cambridge, 1988)
- Vattimo, G. *De Transparante Samenleving* (Boom Amsterdam, 1998)
- Virilio, P. *The Aesthetics of Disappearance, (Semiotext(e), New York, 1991)*
- Wallpaper* (ed.), *A Decade of Design*, 10/2006
- Webster, F. *Theories of The Information Society*, (Routledge. London, 2002)
- Weeks & M. Hardt, *The Jameson Reader*. (Blackwell, Malden, MA, 2000)
- Wisser, R. *Martin Heidegger – Unterwegs Im Denken (Symposium Im 10. Todesjahr, 1987)*

Wolters' *handwoordenboek Latijn-Nederlands*. (Wolters, Groningen, 1995)

Zizek, S. *Het subject en zijn onbehagen* (Boom, Amsterdam, 1997)

Zwagerman, J. *Transito*. (Arbeiderspers, 2006)

| Internetbronnen

maartenbaas.com

metropoleparis.com

nokia.nl

philippe-starck.com

transhumanism.org

vernissage.tv/blog/2006/06/13/interview-with-ambra-medda-design-miami-basel/

vodafone.nl

vodafonemayfly.co.uk

