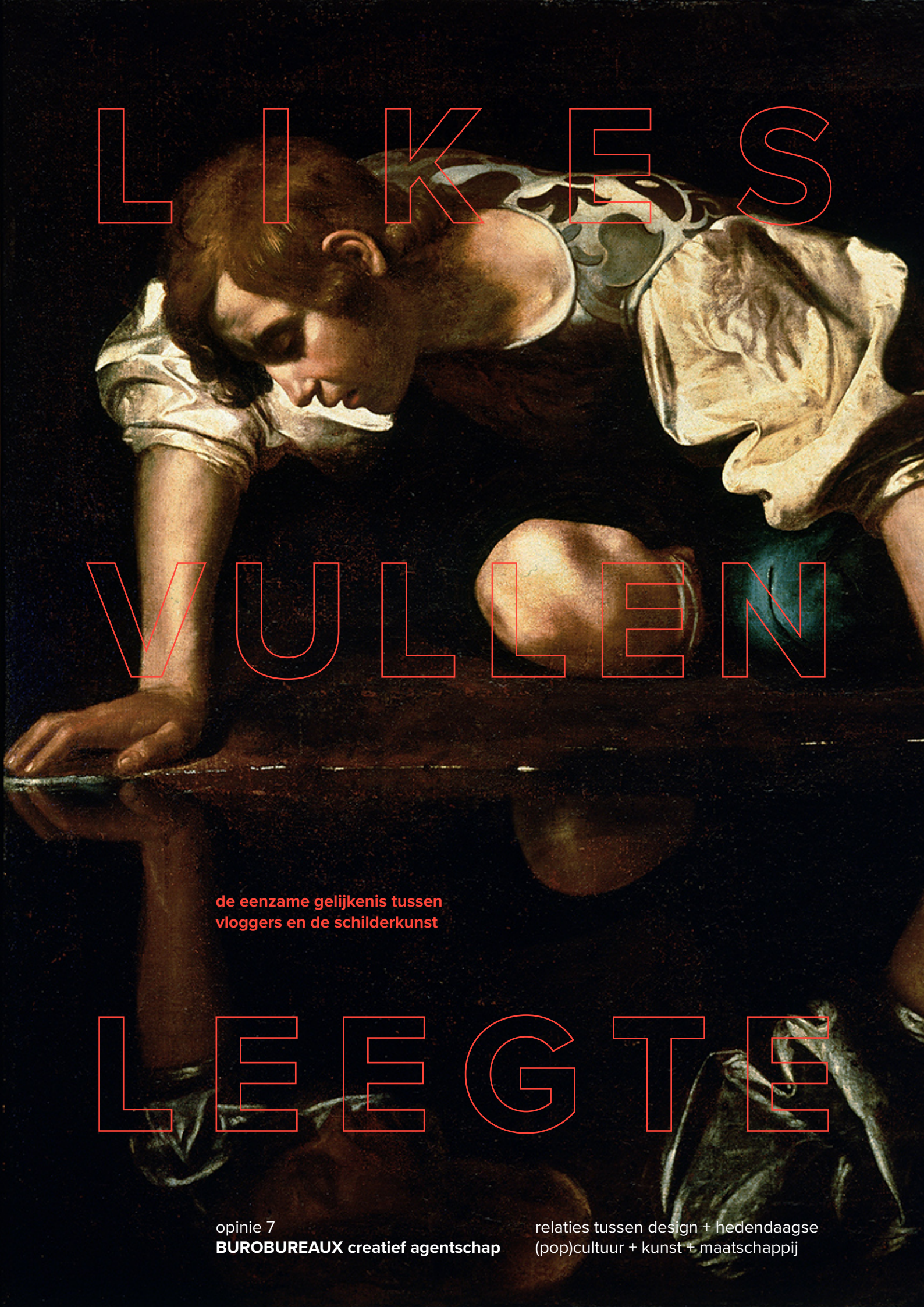




L I K E S

V U L L E N

de eenzame gelijkenis tussen
vloggers en de schilderkunst

L E E G T E

opinie 7
BUROBUREAUX creatief agentschap

relaties tussen design + hedendaagse
(pop)cultuur + kunst + maatschappij

Laat ik vooropstellen dat ik geen azijnpisser ben als het aankomt op het onderwerp vloggen. Als moderne zevenentwintiger in deze drukke wereld vol prikkels geef ik toe verloren te zijn in het tijdperk van de socials. Het is niet dat ik er blij, enthousiast, verdrietig of ongelukkig van wordt, want dat is nu juist het probleem. Alles wat mij gevraagd en ongevraagd wordt voorgeschoteld via sociale media doet mij niets voelen.

Dit wordt mij alsmaar duidelijker naarmate de ‘vloggeneratie’ toeneemt. Ik denk dat er in mijn generatie een wantrouwen is ontstaan jegens traditionele mediastations. Dat tezamen met de toename van *fake* (online)nieuws zorgt voor een drang naar ‘echte’ mensen met ‘echte’ verhalen zonder tussenkomst van een redactie. Maar is dat wel zo?

“Been there and done that, was good for nothing”

LILY ALLEN

‘life for me’ (2014) over sociale media

van de tijd waarin we leven. Waar vergankelijkheid een snelle vaart heeft genomen en als je niet oppast, je zo vergeten bent. Vergeten in de ogen van de anoniemen. Dan is het beter om je leven extra kleur te geven in een video, dan dat je door het leven gaat als een van de normalen.

Het gevoel van ramptoerisme maakt plaats voor melancholie door de vervlakking, *dumbing down*, van mijn generatie. Het gebrek aan inhoud en verdieping is iets waar we blijkaar vrede mee hebben. Als uithangbord van de globalisering lijken vloggers wanhopig om mij iets te verkopen als zijnde productexpert of schotelen ze mij een geweldig leven voor. Het is alsof deze grootheidswaanzin een substituut is geworden voor eenzaamheid. Hoeveel likes heb je nodig om je persoonlijke leegte te vullen? Want als je alles op camera vastlegt, heb je dan nog ruimte voor je overdenkingen of spontaan gedachten?

Dat grootheidswaanzin en eenzaamheid dichtbij elkaar liggen is niet nieuw. De geschiedenis van de kunst in communicatie herhaalt zich. Neem het schilderij ‘Narcissus’ van de Italiaanse kunstschilder Caravaggio. Narcissus, een jonge knappe man, kon geen liefde voelen bij vrouwen noch mannen. Tot het moment dat hij zijn spiegelbeeld ontdekte in een vijver, waarna hij stapelverliefd werd op zichzelf. Door de rimpels in de wateroppervlakte werd zijn gevoel van eigenliefde telkens onderbroken. Tot het moment daar was dat hij wegwijnde van verdriet en transformeerde in een bloem, de narcis.

Als een soort ramptoerisme - het enige gevoel wat ik er wel van krijg - kijk ik naar vlogs van leeftijdsgenoten. Sommige ken ik persoonlijk, andere niet. Al gauw aanschouw ik niet meer wat ze doen of vertellen, maar roept het eerder vragen op. Wat beweegt iemand om zijn of haar leven in bewegend beeld te brengen en voor wie doen ze het? De neiging om zoveel van jezelf achter te laten als een digitaal testament, is wellicht het gevolg

1

RESEARCH TIP:
VOOR WIE DOE JIJ HET EIGENLIJK?
SIRE CAMPAGNE 2017

BEZOEK HIER

2

KIJK TIP:
JOHANNA BLAKLEY: ‘SOCIAL
MEDIA AND THE END OF GENDER’

KIJK HIER

‘NARCISSUS’ IS TE ZIEN OP DE
COVER VAN DIT ARTIKEL

Net als bij de klassieke kunst is het van belang om als vlogger de perfecte compositie te bewerkstelligen. Hoe je over komt, op welke locatie je filmt en wat voor video- en geluidseffecten je gebruikt, maken je vlog tot een klassieker of niet. Het is immers een document wat altijd zal blijven ronddwalen en mensen gaan er iets van vinden. Half werk voldoet dus niet.

Interessant is wat er gebeurt als je camera leeg is of erger nog, als je volgers afhaken. Je spiegelbeeld in de vijver je dus verlaat. Zijn we dan veerkrachtig genoeg om ons te herpakken in een niet geregisseerd kader met een play-knop?

Zoals 'De dood van Marat' in het schilderij van Jaques-Louis David laat zien, kun je als publicist sterven in het harnas. Los van het achtergrondverhaal van dit schilderij (Marat werd doorgestoken in bad), zie ik overeenkomsten met onze vlog-drang. Zoals Marat vereeuwigd is in dit heroïsche schilderij, is de link met de verwonde Jezus aan het kruis snel gelegd. Dit zou onbewust de manier kunnen zijn van vloggers om veel inspanningen te leveren en vervolgens als zelf gevestigd icoon uit de bus te komen. Volledig een geregisseerd leven achterlatend, waarin echt en nep door elkaar heen lopen. Op zoek naar onsterfelijkheid.

Terugkomend op mijn verloren gevoel, bedenk ik mij nu, misschien ben ik wel getuige van duizenden legendes in de maak. Of blijven het uiteindelijk toch generatiegenoten die net zo verloren zijn als ik, alleen weten zij het beter te verpakken.

'LA MORT DE MARAT OR MARAT ASSASSINÉ' 1793

