

De Virtuele Afvalberg

Een onderzoek naar de beeld- en tekstoverrompeling op het internet

Ik ben opgegroeid in een op het gebied van technologie steeds veranderende wereld. In een mum van tijd werden digitale camera's en personal computers betaalbaar. Het internet werd een makkelijk en toegankelijk communicatiemedium dat al snel een (r)evolutie in de beeldproductie en -perceptie tot stand bracht. De opkomst en populariteit van sociale media heeft ervoor gezorgd dat de meeste websites toegang tot of een link met sociale media hebben. Hierdoor kan alles met iedereen gedeeld worden en overspoelen tekstuele meningsuitingen de reageersecties, met als doel zich een bepaalde online identiteit aan te meten.

Het gevolg hiervan is dat non-journalistiek wordt ondersteund door virtuele cafépraat en onoriginele beelden – vaak snapshots en niet-beredeneerde foto's – die eindeloos worden gedeeld en vernieuwvuldigd. De digitale wereld wordt overspoeld door tekst en beeld waar niemand eigenlijk écht een boodschap aan heeft. Ik noem het een 'virtuele afvalberg'.

Het team van de "Shanghai Web Designers" (2011) hebben aan de hand van exacte data op verschillende websites een infographic gemaakt over wat er in één minuut gebeurt op het internet. Elke 60 seconden worden 6600 foto's geüpload op Flickr, 695000 status updates en 510040 reacties gegeven op Facebook, 320 nieuwe accounts en 98000 tweets gegenereerd op Twitter en 20000 nieuwe posts geplaatst op Tumblr.

Het internet is een temporeel medium waar enige contemplatie niet aan de orde is, gedeeltelijk door die constante overrompeling aan informatie. Het beeld op het net wordt herleid tot alibi van het doen en laten en is een registratie van een dagdagelijks handelen waarbij zowel de handeling, de inhoud als het beeld zelden het banale overstijgen.

Beeldarchieven hebben de grens tussen persoonlijk archief en openbare plaats doen vervagen, waardoor ze door iedereen kunnen worden doorzocht, gebruikt en aangepast. Door de groeiende virtuele beeldencultuur gaat kwantiteit voor op kwaliteit, worden beelden uit hun context gerukt en gaan hun referent verloren. Het is een heel karwei te achterhalen waar een beeld op het internet zijn oorsprong vond, wat de originele intentie van de

maker was en in welke context het beeld werd gebruikt. De hedendaagse share-trend met behulp van sociale media heeft ervoor gezorgd dat de kwaliteit – zowel technisch, inhoudelijk als beeldend – verloren gaat of verandert door eindeloze reproductie, waardoor de uniciteit van het beeld teniet wordt gedaan.

Het voordeel van deze overproductie aan beelden is dat ze een kant van de mensheid laat zien die vroeger 'onzichtbaar' bleef. Het belangrijkste is evenwel dat mijn project haar bestaansreden dankt aan deze — nu wel zichtbare — 'rotzooi'.

Het delen van informatie via het internet staat nog in zijn kinderschoenen en is een recent opgedoken fenomeen, de overrompeling is dus nog maar een begin. Op 30 juni 2012 was slechts 34,3% van de totale populatie op aarde actief op het internet (Miniwatts marketing group, 2013). De virtuele afvalberg van vandaag is dus slechts een begin van wat we over enkele jaren zullen hebben. Waar gaat dit naartoe?

Door de miniaturisatie van hardware, gecombineerd met draadloze verbinding met het internet, is de technologie een onzichtbaar deel van ons dagelijks leven geworden. De smartphone wordt met de dag populairder omdat het fungeert als perfecte ondersteuning van ons zo belangrijk online leven. We zijn niet meer in staat om aandacht te besteden aan elk individueel beeld, waardoor onze kijkgewoonten nonchalanter, oppervlakkiger en intuïtiever zijn geworden en we op een andere manier met beeldinformatie omgaan. "The Triumph of the Airheads and the Retreat from Commonsense" (2006), door journalist Shelley Gare, gaat dieper in op het internetgedrag van digital natives en beschrijft met volgend citaat goed de heersende problematiek van deze vluchtige media:

"The children of the real-time revolution are only driven by how the next five minutes turn out. They cannot see the difference between something and nothing, and have been taught that it is their right to voice their opinion on everything."

We worden gestimuleerd om 'onself' te zijn en ons gedrag online zo goed mogelijk af te stemmen op de realiteit. In principe verkopen we onself naar de buitenwereld toe, het individu als product van onze samenleving met zelfexpressie als nieuw entertainment.

Vanuit mijn persoonlijke frustratie tracht ik mij met dit onderzoeksproject te focussen op het gedrukte woord en beeld. Er wordt in dit artikel, door middel van een beeldend onderzoek, gezocht naar een juiste vormtaal om de heersende en

steeds groeiende beeld- en tekstoverrompeling op het internet naar een printbaar medium te verplaatsen, te visualiseren en te bekritisieren. Hierbij worden enkele opvallende kenmerken van verschillende populaire internetsites verbeeld (namelijk Twitter, Tumblr, Flickr, Facebook, Instagram en HLN.be), met als doel de lezer te confronteren met zijn eigen internetgedrag, dialoog op te wekken en het creëren van een kritisch bewustzijnsproces.

Verder wordt er een inkijk gegeven in de hedendaagse uploadcultuur door middel van een bespreking van de hashtags, de websites Flickr.com en Instagram.com alsook een experiment in de offline-wereld, namelijk de elektronicawinkel 'Mediamarkt'.

Omdat het onmogelijk is om de internetcultuur in zijn geheel te bevatten, wordt het geheel beperkt tot een persoonlijke visie op drie topics: verzamelde en gecategoriseerde beelden op de online blog Tumblr.com, tweets en retweets van Twitter.com en reacties op banale artikels op de website van de krant Het Laatste Nieuws. Deze internetculturen worden in mijn masterproject op een typografische en beeldende manier in het medium boek vertaald waardoor mijn standpunt over het allesomvattende onderwerp, namelijk de virtuele afvalberg, beter vatbaar en leesbaar wordt.

Dit project wil uiteraard geen eindpunt zijn, maar eerder een zoektocht naar de mogelijkheden die een grafisch ontwerper heeft om een bewustere manier van kijken naar de alomtegenwoordige online-cultuur voor te leggen aan de lezer.

Rachelle Dufour



Bibliografie

Gare, S. (2006). *The Triumph of the Airheads and the Retreat from Commonsense*. Sydney: Park Street Press.

Miniwatts Marketing Group. (2013, 17 februari). *World Internet Usage and World Population Stats*. Geraadpleegd op 3 mei 2013, op: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

Shanghai Web Designers. (2011, 1 juni). *Things that happen on the internet every sixty seconds*. Geraadpleegd op 20 april 2013, op: <http://www.go-gulf.com/blog/60-seconds/>