

Dumb Fucks

‘We don’t build services to make money, we make money to build better services. Dumb Fuck!’ Mark Zuckerberg lachte luid bulderend de ballen uit zijn broek, sloeg vervolgens hard met zijn lul op tafel, waarna hij me met een welluidend ‘I’m CEO, bitch!’ de deur wees. Die laatste opmerking was welbeschouwd overbodig; ik wist heus wel wie ik tegenover me had: ons aller aller postmoderne pooiertje.

Mark schoot zo uit z’n slof omdat ik hem confronteerde met iets waarvan elke filosoof in vuur en vlam raakt: de paradox. Je kent ze wel: Oorlog is vrede, vrijheid is slavernij, onwetendheid is kracht, privacy is diefstal, geheimen zijn leugens, et cetera. ‘De paradox is de hartstocht van het denken’, wist Kierkegaard al. Dus, zo vroeg ik me af, hoe kreeg loverboy The Zuck het toch voor elkaar om 1,5 miljard gebruikers blijmoedig en vrijwillig achter zijn smoelenraam te krijgen (en te houden), terwijl ze weten dat ze massaal uitgebuit en misbruikt worden?

Die vraag viel niet in goede aarde, maar nu hij het woord services tot twee keer toe had laten vallen, besloot ik de proef op de som te nemen en de ‘terms of service’ van zijn wereldomspannende netwerk erop na te slaan. Hopelijk zou dat meer licht werpen op deze kwestie.

Al bij de eerste zin werd mijn wijsgerige verbeelding enorm geprikkeld. Ik las: “Wij zijn enthousiast over het maken van interessante en op maat gemaakte ervaringen voor mensen.” Op maat gemaakte ervaringen, wat zouden ze daar precies mee bedoelen?

Op kousenvoeten legde ik mijn vraag aan Mark voor: “A squirrel dying in front of your fucking house may be more relevant to your interests right now than people dying in fucking Africa”, antwoordde hij. Daar had hij natuurlijk een punt: de grote, boze wereld is onvoorspelbaar en onoverzichtelijk, de slimme datagoochelaars van Facebook maken haar voorspelbaar en overzichtelijk door ons, de gealgoritmiseerde kudde, updates, newsfeeds, reclames en vriendschapsverzoeken voor te schotelen die naadloos aansluiten bij onze interesses, verlangens en voorkeuren. Sterker nog, men kent onze

interesses, verlangens en voorkeuren nog vóóordat we ze zelf kennen. En ergens vinden we dit misschien wel prettig. In een wereld die stijf staat van de keuzestress ontslaat het ons van de noodzaak zelf te denken, te willen of te oordelen. Een bestaan onder gelijkgestemden, waarin elke behoefte als bij toverslag bevredigd wordt: is dat niets iets waar we stiekem allemaal van dromen?

“Alle omgang is gemeen, behalve met gelijken”, wist Nietzsche al. Dat is een waarheid als een koe, waaraan ik nog de wijsheid van Aristoteles zou willen toevoegen die stelt dat de mens een sociaal dier is. En voor sociale dieren is het uitmelken van hun intiem-persoonlijke binnenwerelden meestal een loeiende weldaad. Sterker, het bij tijd en wijlen ledigen van psychosomatische melklieren is voor dit zoogdier van levensbelang. Kortom, zolang de mensenkudde gelokt wordt door gratis porties aandacht en erkenning (like!) en de kosteloze bevrediging van haar gemeenschapszin (sharing is caring), laat zij zich maar al te graag de virtuele megastal van Zuckerberg en co. binnendrijven. Dat het vervolg van het productieproces – aan welke partijen de mensenmelkers de opbrengsten doorverkopen en hoe die partijen vervolgens het product afromen – dat dit proces zich afspeelt op onzichtbare assemblage terreinen, waar melkkoeien en andere dumb fucks niet welkom zijn, neemt het sociale dier voor lief. Tenminste, zolang er geen mensvriendelijk alternatief voorhanden is.

‘The question isn't, 'What do we want to know about people?' It's, 'What do people want to tell about themselves?' Dank je Mark. Dat is een mooi bruggetje naar de vraag waarom we ons zo gewillig in jouw sociale dwangbuis laten duwen, ons psychologisch profiel gratis en voor niets weggeven en waarom er nauwelijks een *mensvriendelijk* alternatief voorhanden is.

We linken, liken, klicken, vrienden, volgen, ontvolgen, sharen, surfen, swipen en appen tot we er letterlijk de facebookeritis van krijgen. Overactieve werkmieren die de godganse dag hun hele ziel en zaligheid van hot naar her verslepen alsof de duivel ze op de hielen zit.

Ter opheldering zou ik deze min of meer dwangneurotische situatie graag in een historisch economieperspectief plaatsen. Ten tijde van de industriële revolutie vond er een grootschalige industrialisering van het lichaam plaats. We legden onze spierkracht in de machines en met de massaproducten die van de lopende band afrolde, veranderden we langzaam maar zeker in consumenten. Er werden echter zoveel spullen gemaakt, dat het kapitalisme al snel met overproductie en afnemende meeropbrengsten werd geconfronteerd. Toen haalden de kapitaalwoekeraars en eeuwige groei apologeten een kunststukje uit dat vaak onderbelicht blijft. Men ontdekte het domein van de menselijke geest als een onuitputtelijke bron voor waardevermeerdering. Er ontstond zoiets als een cultuur*industrie* die zich toelegde op de annexatie, exploitatie en manipulatie van onze verlangens, dromen en emoties.

Met de komst van grootdatabezitters als Zuckerberg werden uiteindelijk ook onze vriendschappen en intiemste geheimen in het productieproces opgenomen. Van de industrialisering van het lichaam naar de industrialisering van de geest, van biomacht naar psychomacht, van stoommachine naar smartphone, de lopende band in onze broekzak.

‘Move fast, brake things!’

Indeed mark. Hoe krijg jij het voor mekaar de sociale radertjes van je machinerie tot oververhittens aan toe draaiende te houden? Volgens mij is de onderliggend dynamiek even simpel als subtiel: omdat een consument een bewustzijn is met een verlangen, staan hedendaagse techniek-titanen voor de opdracht dat bewustzijn te vangen. Heeft men dat bewustzijn eenmaal te pakken, dan is het een koud kunstje onze verlangens, onze hang naar erkenning en communicatie, in de gewenste richting te sturen en tot in het oneindige aan te jagen. Data en algoritmen, de kruipolie van Marks Megamachine, slagen hier wonderwel in en vervolmaken de werking van wat sommige economen een verlangenseconomie noemen, een sociale constellatie waar iedereen de ander is en niemand zichzelf.

Andere economen spreken ook wel over aandachtseconomie. Dat is goed getroffen, want de frontlinie in deze strijd om de geest is inderdaad onze aandacht. De slimme en o zo manipulatieve snufjes van Zuckerberg en zijn kompanen zorgen voor een totale mobilisatie van onze aandacht. En zoals op ieder slagveld, gaat deze totale mobilisatie, deze weergaloze bewapening met communicatiemiddelen, gepaard met een even totale destructie van aandacht. Resultaat: wijdverbreide concentratiestoornissen. Ik vermoed dat hier de werkelijke betekenis van de veelbezongen disruptieve economie ligt. Hoe het ook zij, precies deze combinatie van gelijktijdige inbezitneming en versnippering van aandacht beantwoordt aan een specifiek archetype dat tot ver in de jaren tachtig het straatbeeld van de Amsterdamse Zeedijk bepaalde: de junk, soms ook wel gebruiker genoemd. En zo, als slaaf van onze verlangens, verliezen we onze vrijheid en dus onze menswaardigheid.

Iets minder omfloerst zou je kunnen stellen dat übersouteneur Zuckerberg zijn natte droom heeft verwezenlijkt: de pornosamenleving. Dat is een samenleving waarin hij onze verborgen begeerten en driften weet te vangen, te sturen en aan te wakkeren door ons afwisselend de rol van voyeur en exhibitionist, van hoer en hoerenloper, van junk en dealer, in de gedataficeerde schoot te werpen.

We weten het, en veel van ons snakken naar een ontwenningsskuur, en toch laten we ons nog steeds en vrij massaal in de Facebook-mal duwen. Zie ik misschien iets over het hoofd? Ligt er soms een nóg dieper menselijk verlangen ten grondslag aan de opmars van het geglobaliseerde gezichtenboek?

‘Prometheus!’ murmelde het Zuckerbergiaanse orakel plotseling. ‘The ancient Greeks are the real geeks!’ voegde hij er nog aan toe. Enigszins uit het lood geslagen vervoegde ik me bij de hogepriesteres van het orakel die, zoals de traditie dat voorschrijft, de taak heeft het gebrabbel van de nodige toelichting te voorzien.

Sheryl Sandberg ging er eens goed voor zitten. ‘Prometheus’ zo begon ze, ‘kreeg van oppergod Zeus de opdracht de wereld van mens en dier

te scheppen. Prometheus besteedde dat taakje uit aan zijn broer Epimetheus. Dat was misschien niet zo'n goed idee, want Epimetheus was écht een enorme dumb fuck. Overenthousiast ging hij aan de slag met de mand aan kwaliteiten die hij van Zeus had gekregen. Zo gaf hij de gazelle haar snelheid, de leeuw zijn kracht, het stekelvarken zijn stekels en ga zo maar door. Maar toen de mens aan de beurt was, tastte hij mis: de mand bleek leeg, de kwaliteiten waren op! Paniek in de tent, wat nu? Prometheus verzon een list, beklom de Olympus, roofde het vuur – symbool voor technisch vernuft – van de goden en schonk het aan... de nerd!

‘En de moraal van dit verhaal?’ vroeg ik aan sheryl. ‘De moraal is dat we allemaal fucking nerds zijn!’ gierde Mark het ineens uit.

Als door een newsfeed getroffen, begreep ik meteen wat hij bedoelde. De mens heeft geen natuurlijke kwaliteiten, hij komt invalide ter wereld, zonder techniek kan hij niets, is hij ten dode opgeschreven. Of het nou de vuistbijl is, de stoommachine of Facebook: altijd hebben we technologie gebruikt om onze aangeboren gebreken, zowel onze lichamelijke als geestelijke, te compenseren en te maskeren. Feitelijk functioneren onze technische snufjes als prothesen: hoe beter die prothesen passen, des te minder worden we herinnerd aan onze gehandicapte conditie. En dat geldt dus niet alleen voor onze gebrekkige spier- en denkkraft, maar ook voor onze sociale onbeholpenheid die in hoge mate gekenmerkt wordt door ‘moedwil en misverstand’, om WF Hermans er met de haren bij te slepen.

Nu bestaat er een type mens dat op sociaal, emotioneel én motorisch gebied chronisch achterblijft: de supernerd. Dat één van hen – Zuckerberg – met succes een gebotoxte sociale werkelijkheid creëert die transparant en rimpelloos is, waar sociale interactie gladjes en soepeltjes verloopt en waar erkenning en aandacht binnen ieders muisklikbereik ligt, mag ominus heten, het hoeft in ieder geval niet te verbazen. Dat hij bovendien allergisch is voor een *dislike*-knop, spreekt eveneens voor zich. Welkom in Nerdistan.

Iets anders gesteld: met de commerciële toe-eigening van onze promethische conditie, zijn we terecht gekomen in Huxley's Brave

New World. Hoewel er dezer dagen veelvuldig wordt verwezen naar 1984 van Orwell, geeft Huxley's dystopie naar mijn mening een veel waarheidsgetrouwer beeld van de huidige situatie. In zijn wereld wordt volgzzaamheid niet bereikt door het mobiliseren van angst, achterdocht, geweld of haat, maar door het bevorderen van geluk, vrede, veiligheid en vriendschap. Het ingenieuze aan Zuckerbergs Houdini-act is dat slaven in zijn hyperefficiënte en vercommercialiseerde technostaat, hun lijfeigenschap als een bevrijding ervaren.

We hebben God doodverklaard en de Grote Verhalen ten grave gedragen. Vandaag staan we voor de niet geringe opgave het bedrieglijk Facebook-narratief te ontmantelen en diens opperwezen uit onze tempel te verjagen. Kortom, we dienen het beroemde aforisme waarin Nietzsche God doodverklaard te herschrijven. Ik ben zo vrij geweest daar een voorschot op te nemen.

Met angst en beven daalde ik af naar Zucks' heilige Silicon Valley-grot, de geredigeerde Nietzsche-tekst onder mijn arm. Ik fluisterde hem in het oor dat wij op 23 juni 2015 Facebook doodverklaren en begon met het voorlezen van de Nietzsches geupdate overlijdensverklaring.

Hebben je al gehoord van die dwaze mens, Mark, die op klaarlichte dag een duim opstak, de markt opliep en onophoudelijk schreeuwde: 'Ik zoek Facebook! Ik zoek Facebook!' Aangezien er daar juist veel bij elkaar stonden die niet aan Facebook geloofden, wakte hij grote hilariteit. Is het dan verdwaald? zei de een. Heeft het de weg verloren als een kind? zei de ander.

Hier begon The Zuck plotseling te schuimbekken en z'n ogen draaiden weg. Hij bleek z'n Schnietzeaanse klassieken goed te kennen en vulde me foutloos aan:

'Waar Facebook heen is? Ik zal het jullie zeggen! Wij hebben het gedood – jullie en ik! Wij allen zijn zijn moordenaars! Maar hoe hebben we dit gedaan? Hoe konden we de zee leegdrinken? Wie gaf ons de spons om de hele horizon weg te vegen? Wat deden we, toen

we deze aarde van haar Facebook-zon losmaakte? Waarheen beweegt ze zich nu? Waarheen bewegen wij ons? Weg van alle zonnen? Dwalen we niet als door een oneindig niets? Ademt de lege like-ruimte ons niet aan? Is het niet kouder geworden? Horen we nog niets van het lawaai van de doodgravers die Facebook begraven. Ruiken we nog niets van mijn verrotting? Facebook is dood! Facebook blijft dood! En wij hebben het gedood! Het heiligste en machtigste wat de wereld tot nu toe bezat, het is onder onze messen doodgebloed. Nooit was er een grotere daad – en wie ook maar na ons geboren wordt, behoort omwille van deze daad tot een hogere geschiedenis dan alle geschiedenis tot nu toe!’ –

Hier zweeg hij en keek mij weer aan: ook ik zweeg en keek verbaasd naar hem. Uiteindelijk wierp hij zijn opgestoken duim op de grond, zodat deze in duizend stukken brak. Dumb fuck!