

KUNST EN ONTWERP IN TIJDEN VAN ONEINDIG SCROLLLEN:

*Welke invloed heeft
de massale (online)
beschikbaarheid
van beelden op
kunst(enaars) en
ontwerp(ers)?*

Inhoudstafel

(1) Inleiding

p.3 - p.5

LARGE FIELD ARRAY

ABSTRACT

MOTIVATIE

(2) Stortvloed aan beelden

p.6 - p.10

BEELD VERSUS WOORD: EEN-NUL

DEMOCRATISCHE BELOFTE

SCHERMVERSLAAFD?

IMPACT OP KUNST EN ONTWERP

(3) Wie dan ook

p.11 - p.17

AMATEUR VS PRO

DARK MATTER

VRIJ OP INTERNET?

PARALLELEN MET JAREN 70

WAYS OF SEEING

WAYS OF SOMETHING

BILLBOARD SERIES

(4) Waar dan ook

p.18 - p.20

DEMATERIALISERING

DECONTEXTUALISERING

HOMOGENISERING

(5) Conclusie

p.21 - p.23

YOU MAY ALSO LIKE

(6) Bibliografie

p.24

(1) Inleiding

LARGE FIELD ARRAY

Brits kunstenaar Keith Tyson (*1969) produceerde zijn werk *Large Field Array* voor het eerst in 2006. De installatie bestaat uit ruim driehonderd sculpturale objecten, geplaatst in een rasterformatie op de muren en vloer van een galerieruimte. Ieder element vertegenwoordigt een uniek maar zeer herkenbaar iets, van zaken uit de populaire cultuur tot de natuurlijke historie: een maïsveldje, een skateboarder, een kaartenhuis, een vulkaan, een grafsteen, de Twin Towers, een baby in een couveuse. Alles is met elkaar verbonden, suggereert de kunstenaar. Aan de kijker om verbanden te zoeken tussen het schijnbaar willekeurige assortiment van afbeeldingen en ideeën. Tysons werk refereert zo aan de mentale processen die vrije associaties tussen ongelijksoortige fenomenen mogelijk maken.

Large Field Array is genoemd naar de *Very Large Array*, een radioastronomisch observatorium in New Mexico. Passend, aangezien het onmogelijk is om het werk van Tyson in zijn geheel te bekijken omdat de omvang ervan het gezichtsveld overschrijdt. Er bestaat geen mogelijkheid om het werk te beschouwen vanuit een extern perspectief. De enige manier om *Large Field Array* te ervaren is van binnenuit. De kijker is de bepalende kracht in het veld en ervaart tijdens zijn bezoek de aard van de realiteit: oneindig en grenzeloos, maar toch verbonden en geïntegreerd.

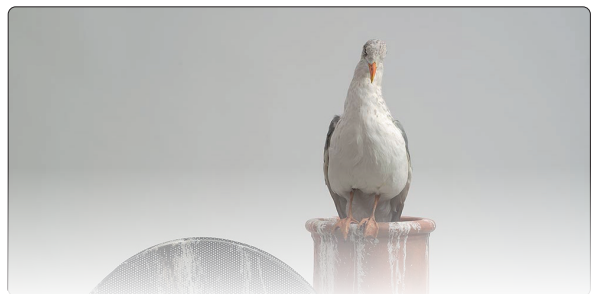
Large Field Array kwam een jaar voor de introductie van de eerste generatie iPhone tot stand. Wist Tyson veel dat zijn werk vijftien jaar later, mede dankzij de popularisering van het toestel, nog steeds relevant – zo niet relevanter – zou zijn. Meer dan ooit moeten we onszelf immers een weg banen door allerlei fysiek en digitaal materiaal. Vandaag swipen we van links naar rechts, hoppen we van app naar app en scrollen we van boven naar onder en nog en nog. “Any bit of information exists within an enormous network”, schrijven Robertson en McDaniel in 2005 over het wereldwijde web, “anyone can enter the information stream anywhere and move among multiple pathways by links, creating a synthesis of potentially unlike elements; anyone can search, duplicate, manipulate, add to, or transmit information” (2013: 35). Ons voortbewegen in Tysons werk doen we dus zoals we surfen op internet. We volgen een vertakt pad zonder begin of einde en lopen of scrollen verloren tussen de stroom aan beelden die elkaar aan een verschroeiend tempo opvolgen.



Hyland, C. *Large Field Array* (2016)



Tyson, K. *Large Field Array*



ABSTRACT

Een stortvloed aan beelden bereikt ons vandaag op dagelijkse basis. Visuele en akoestische prikkels afkomstig uit onze fysieke wereld worden tegenwoordig aangevuld, al dan niet overstegen, door het aanhoudend gerinkel, getril en gezoem van onze smartphone. Het opkomen en verspreiden van computers, internet en smartphones bleken afgelopen decennia centrale factoren bij het exponentieel groeien van de beeldbeschikbaarheid. Tegenwoordig beschikt immers iedereen, amateur en beroeps, over de nodige tools en knowhow om beelden te produceren, consumeren en distribueren.

Deze paper zoekt uit hoe de massale (online) beeldbeschikbaarheid de manier beïnvloedt waarop men anno 2020 kunst en ontwerp maakt, toont en bekijkt. In wat volgt wordt de impact onderzocht van de continue beeldenstroom op de praktijk van kunstenaars en ontwerpers. Nu de productie en consumptie van beelden zo'n hoge en complexe toppen scheert, is het aan de kunstenaar en de ontwerper om te reflecteren over hun rol in deze visueel overrompelende samenleving.

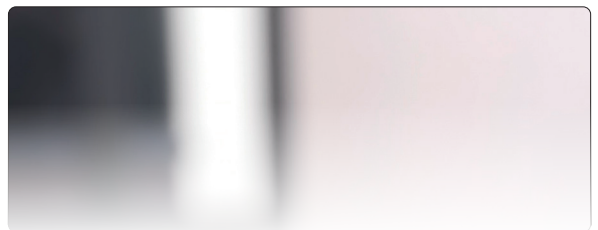
Ik grijp terug naar boeken en teksten van denkers die vandaag bezig zijn met beeldcultuur. Ik citeer onder anderen psychiater Dirk De Wachter, visuele cultuurtheoreticus Nicholas Mirzoeff en film- en fotografiekenner Johan Swinnen. Verder verwijs ik naar teksten van diegenen die voor het digitale tijdperk al relevante opmerkingen maakten omtrent het maken, delen en tonen van beelden, zoals *Ways of Seeing* van Brits kunsthistoricus John Berger en *Understanding Media* van Canadees filosoof en wetenschapper Marshall McLuhan. Kunstenaar en activist Gregory Sholette helpt me bij het uitdiepen van mijn thema. Jean Robertson en Craig McDaniel, schrijvers van het boek *Themes of Contemporary Art: Visual Art After 1980*, gidsen me dan weer doorheen het breder kader. Daarenboven kijk ik naar kunstenaars en ontwerpers die onze (over-) gemediatiseerde en door schermen gedomineerde maatschappij aan een kritische blik onderwerpen en zo, net als ik, hun eigen rol in vraag stellen. Naast het werk van Tyson bespreek ik onder meer projecten van het Gentse grafisch collectief *019* en van artiesten Kevin Bewersdorf en Sharon Van Overmeiren.

MOTIVATIE

Met mijn vierentwintig lentes behoor ik tot generatie Y. Mijn schermtijd bedraagt gemiddeld vier uur per dag. Ik touch, swipe en scrol zoals het een echte millennial betaamt. Ik ben erg afhankelijk van mijn smartphone. Net als 45 procent van de

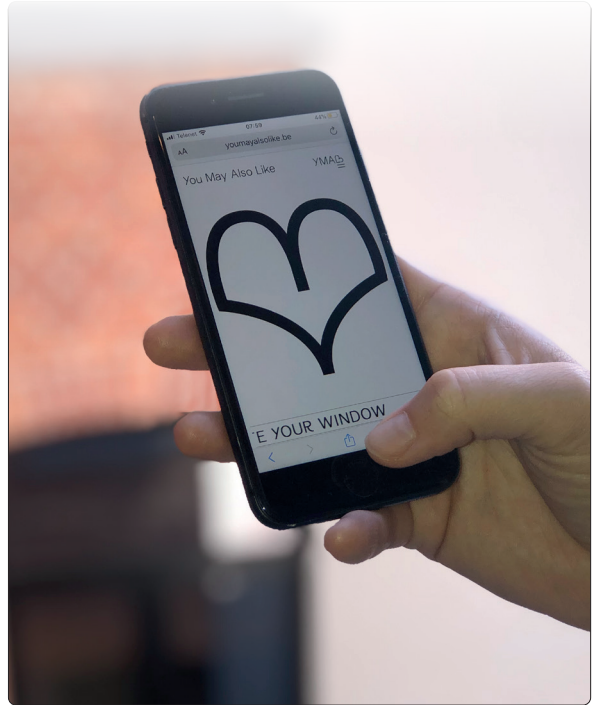


Tyson, K. *Large Field Array*



Vlamingen zou ik mijn toestel niet meer kunnen missen. Daarnaast is/wordt beelden maken mijn beroep. Als vormgever ben ik op dagelijkse basis bezig met beeld, compositie, kleur, enzovoort. Als kind van het digitale tijdperk en *soon to be* professioneel designer, voel ik dat er verschuivingen plaats (zullen) vinden en acht ik het nodig om een plek voor mezelf te zoeken in dit dynamische, aan verandering onderhevige landschap waarop steeds meer mensen zich begeven en de grenzen bijgevolg steeds minder duidelijk worden.

Deze paper zal, in combinatie met de paper *Kunst in het spektakeltijdperk* van Marjolein Van herck, het theoretisch kader vormen voor onze gezamenlijke masterproef. Om onze carrière op *Sint Lucas Antwerpen* sterk en in schoonheid af te sluiten, richtten we samen *You May Also Like*, kortweg *YMAL*, op. *You May Also Like* is een nieuw platform dat zelf-geïnitieerde projecten van grafisch ontwerpers presenteert en promoot. Te vaak wordt een ontwerp en het ontwerpproces alleen begrepen door de incrowd, een gesloten kliek van designers. Dat willen we veranderen. Zowel op het scherm als daarbuiten selecteert en presenteert *YMAL* mensen en projecten die verfrissend en relevant zijn. Daarbij hebben we aandacht voor het leveren van context, waaraan het op andere plekken vaak ontbreekt. Het ontsluiten van grafisch ontwerp is een van onze belangrijkste doelstellingen. Design gaat immers iedereen aan.



YMAL. Website *You May Also Like* (2020)

(2) Stortvloed aan beelden

We leven in een met beelden verzadigde wereld. Steeds vaker zien we door de bomen het bos niet meer. De reclamewereld, die onze samenleving sinds geruime tijd van beeld en geluid voorziet, weet exact welke tendensen er leven. *Fast, short, kicking* en *new* primeren (*De Wachter*, 2016: 36). Allerhande reclameborden, -banners en -zuilen (ont-)sieren de openbare ruimte. *The bigger, the better*. Opvallen is *key*. De Wachter waarschuwt echter: “deze opeenvolging van boodschappen werkt overprikkelend” (2016: 107).

De overdaad aan impulsen dreigt (*De Wachter*, 2016: 34). “One can hardly escape an encounter with this vast and heterogeneous bounty of imaginative activity today as it radiates from homes, offices, schools, streets, community centers, artistic venues, and in cyberspace, especially in cyberspace”, aldus Sholette (2011: 30). Visuele en akoestische prikkels afkomstig uit onze fysieke wereld worden tegenwoordig aangevuld, al dan niet overstegen, door het aanhoudend gerinkel, getril en gezoem van onze smartphone. Een grote meerderheid, ruim 75 procent van de wereldbevolking, heeft er een in z'n broekzak steken. Het belang van beelden is exponentieel toegenomen sinds de introductie en razendsnelle popularisering van het toestel. “Beeldcultuur is vanaf het begin van de eenentwintigste eeuw schermcultuur geworden”, merkt Swinnen op (2012: 53).

BEELD VERSUS WOORD: EEN-NUL

“As our lives have become increasingly saturated with screens, we have witnessed an explosion in the number of visual images we encounter”, bemerkt Mirzoeff (2015). “Op een sluipende manier hebben beelden vooral sinds het midden van de vorige eeuw een toenemende invloed op onze samenleving gekregen”, meent Swinnen, “eerst via de geschreven pers, dan via televisie en film en de laatste jaren via internet” (2012: 13). Een erg opvallende toepassing op internet is immers het creëren, bekijken en delen van allerlei soorten beelden. “Phones are used less and less for verbal exchange” aldus Mirzoeff (2015: 68). Beeld versus woord: één-nul, zo blijkt.

De opkomst van computers, van internet en van smartphones bleken centrale factoren bij de ontwikkeling van nieuwe tools en conventies in onze westerse samenleving. “Op een goede tien jaar tijd is ons mediarepertoire exponentieel gegroeid van radio, televisie, krant en computer over een hele reeks laptops, smartphones, ta-

blets en alles wat er tussen valt”, aldus Ike Picone, die onderzoek doet naar de veranderingen op het kruispunt van journalistiek, technologische innovaties en democratie (2013: 32). “Nog groter is de hoeveelheid en soorten inhoud die we via deze media – meestal vrij en kosteloos – kunnen raadplegen: professioneel en gebruikersgegeneerde informatie, cultuurgoederen zoals films, muziek en games en een continue stroom van updates uit onze sociale netwerken” (Picone, 2013: 32).

DEMOCRATISCHE BELOFTE

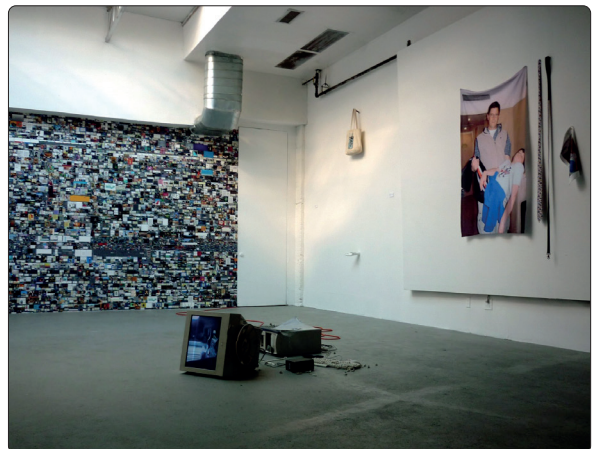
Dankzij de democratiserende kracht van het internet heeft iedereen tegenwoordig toegang tot een overvloed aan informatie om uit te kiezen en te gebruiken, van *Google search results* tot *streetviews* en satellietbeelden van over de hele wereld. Internet biedt een schat aan waardevolle grondstoffen die enthousiast worden verwerkt in projecten door artiesten als Kevin Bewersdorf (^o1989). Hij bouwt zijn werken op rond Google-beeldresultaten voor bepaalde zoekwoorden, *Google image search result for exhausted printed onto blanket, tie, dog leash and golf towel by Walgreens.com*, is er daar een van. Op de bedrukte voorwerpen – een deken, das en hondenriem – staat een man die een slapende jongen in zijn armen houdt, vermoedelijk zijn zoon. Hoewel diegene die de foto nam en op internet plaatste waarschijnlijk geen artistieke ambities of bedoelingen had, merkte Bewersdorf op dat de afbeelding een opvallende gelijkenis vertoont met Michelangelo's *Pietà*, waarin de Maagd Maria haar overleden zoon vasthoudt.

“In a situation in which everyone is a producer, artists are post-producers who collect everything and give it meaning”, meent Domenico Quaranta. Quaranta (^o1978) is kunstkriticus en curator. Hij stelde al verschillende tentoonstellingen samen, waaronder *Collect the WWWorld (Brescia 2011 en Basel 2012)* waar naast werk van Bewersdorf meer dan driehonderd werken werden tentoongesteld die de praktijk demonstreren van het verkennen, verzamelen, archiveren, manipuleren en hergebruiken van enorme hoeveelheden beeldmateriaal geproduceerd door populaire cultuur en reclame, waarover later meer (zie pagina 18).

Dankzij onze smartphone lijkt de wereld in onze handpalm of broekzak te passen. “From a computer with internet access, it's possible to see the whole world, either literally using programs such as Google Earth that have mapped the entire planet, or metaphorically, given the limitless and constantly updated information available with a few clicks”, aldus Mirzoeff (2015: 153). Waar we ons voorheen op een specifieke plek moesten bevinden om naar een scherm te kijken, gaan onze schermen/smartphones nu waar wij



artsy.net. *Google image search result for exhausted printed onto blanket, tie, dog leash and golf towel by Walgreens.com* (2012)



www.beyondnewmedia.art. *Collect the WWWorld* (2012)

gaan. Nooit eerder had een apparaat dergelijke impact op ons leven. Het punt waarop we internet en schermen niet meer uit ons leven weg kunnen denken, werd even geleden al bereikt.

SCHERMVERSLAAFD?

Onderzoek toont aan dat we meer dan zestig procent van de tijd die we wakker doorbrengen in verbinding staan met een scherm (Valgaeren, 2019: 21). “Many of us spend more of our waking lives looking at screens than not”, beaamt Mirzoeff (2015: 150). De toestellen eisen voortdurend onze aandacht op en zijn zo ons leven gaan beheersen. Samen klikken, swipen en scrollen we aan een stuk door. Steeds vaker nemen scherm en smartphone een prominente plek in ons leven in. Nooit eerder was een apparaat zo structureel ingebed in ons leven. Onze persoonlijke toestellen zijn ons meest dierbare bezit. De intieme band die we met dit scherm hebben is ongekend in de menselijke geschiedenis (Valgaeren, 2019: 21).

Afgelopen decennia werd de intimiteit van het scherm als onderdeel van onze samenleving erg concreet. In de jaren zestig kwam de televisie binnen handbereik van de middenklasse. Het tv-toestel veroverde een centrale plaats in de woonkamer waarrond gezinnen verzamelden om samen naar eenzelfde programma te kijken. Op deze manier gebruiken we onze toestellen vandaag niet langer. Anno 2020 bezitten we meerdere soorten schermen, op meerdere locaties, waarvan we non-stop gebruikmaken. Onze schermen (laptops, smartphones, tablets, ...) voorzien ons continu van een arsenaal aan afbeeldingen, tekst en andere informatie die we vluchtig en fragmentarisch raadplegen. Om te spreken met de woorden van McLuhan is het gebruik van schermtechnologie mettertijd *opgewarmd*¹.

In Vlaanderen brengt *imec.digimeter* de trends rond bezit en gebruik van media en technologie in kaart. Uit het meest recente rapport blijkt dat de smartphone voor Vlamingen het meest onmisbare toestel blijft. 45 procent geeft aan zijn of haar smartphone niet te kunnen missen. Een op vijf smartphone-gebruikers verklaart per dag minstens vijf uur te spenderen aan het toestel. Meer dan een kwart van de Vlamingen vindt van zichzelf dat hij of zij te veel tijd spendeert op zijn of haar smartphone. Maar liefst 18 procent geeft aan verslaafd te zijn. In 2015 maakt *digimeter* voor het eerst melding van *digibesitas*, een hip woord voor het over- en dwangmatig gebruik van onze smartphone. We zijn vandaag immers te allen tijde verbonden. “Never offline”, kopt *Time Magazine* in 2014.

Recent kwamen *wearables*, of slimme, mobiele gadgets die men op het lichaam kan dragen (denk



Time. *Never offline* (2014)

1. In zijn invloedrijk boek *Understanding Media: The Extensions of Man* maakt Marshall McLuhan een onderscheid tussen *hot media* (zoals print, foto's, radio en films) en *cold media* (zoals spraak, cartoons, telefoon en televisie). *Hot media* zijn rijk aan zintuiglijke prikkels. *Cool media* prikkelen de gebruiker minder en vereisen daarom meer bijdrage of *voltuiging* van hem/haar. Door de technologische staat waarin televisie zich op het moment van formulering bevond, karakteriseerde McLuhan het toestel in de jaren zestig als een *cool medium*. Men zou vandaag echter kunnen betogen dat televisie en bij uitbreiding schermtechnologie sindsdien zijn *opgewarmd*. De smartphone is, in termen van McLuhan, misschien wel het heetste denkbare medium. Alomtegenwoordig en rijker dan ooit aan prikkels, spreekt de smartphone alle zintuigen van de gebruiker aan en monopoliseert het toestel zo diens aandacht.

aan *smart watches* en *smart glasses*), voor het eerst op de markt. “As it [het scherm] gets smaller and less obtrusive, the ability to be permanently but imperceptibly networked will constitute a new digital divide”, voorspelt Mirzoeff (2015: 160). Ook Valgaeren gelooft dat “hoe draagbaarder, meer ingebouwd en immersiever de volgende generatie schermen wordt, hoe meer onze schermverslaving zal toenemen” (2019: 21).

Al in 1964, toen televisie nog in de kinderschoenen stond en het commerciële gebruik van personal computers en internet enkele decennia in de toekomst lag, definieerde McLuhan media als verlengstukken van onszelf. In *Understanding Media: The Extensions of Man* schreef hij het volgende: “It is the persistent theme of this book that all technologies are extensions of our physical and nervous systems to increase power and speed” (2013: 9). Zo breidt het wiel bijvoorbeeld onze voeten uit, de telefoon onze stem, de televisie onze ogen en oren en de computer onze hersenen. Verder redeneerde McLuhan dat “any extension, whether of skin, hand, or foot, affects the whole psychic and social complex” (2013: 4). Nooit eerder benaderden we McLuhans defenitie zo dicht en letterlijk.

Fotograaf Antoine Geiger (^o1995) visualiseert de parasitaire relatie die we hebben met onze smartphone in zijn *SUR-FAKE* series. Een smartphone en een gezicht van een gebruiker versmelten in zijn werk tot één geheel. Geiger's fotografische manipulaties resoneren zo met de ideeën van McLuhan. De *SUR-FAKE* series zijn alarmerend, soms grotesk, en fungeren als een krachtige herinnering om af en toe onze smartphone op te bergen. Geiger's beelden gingen viraal in 2015 en belandden zo op de websites van onder meer *Vice*, *boredpanda* en *deMilked*, waar ze ironisch genoeg naar hartenlust geliket en geshared werden door bezoekers die aan het scherm van hun smartphone gekluisterd zaten.

IMPACT OP KUNST EN ONTWERP

De overdaad aan visuele impulsen, opgedreven door internet, smartphones en computers heeft onmiskenbaar een impact op de praktijken van kunst(enaars) en ontwerp(ers). “Contemporary art is in flux”, ballen Robertson en McDaniel samen. “Old hierarchies and categories are fracturing; new technologies are offering different ways of conceptualizing, producing, and showing visual art; established art forms are under scrutiny and revision; an awareness of heritages from around the world is fostering cross-fertilizations; and everyday culture is providing both inspiration for art and competing visual stimulation” (2013: 8).

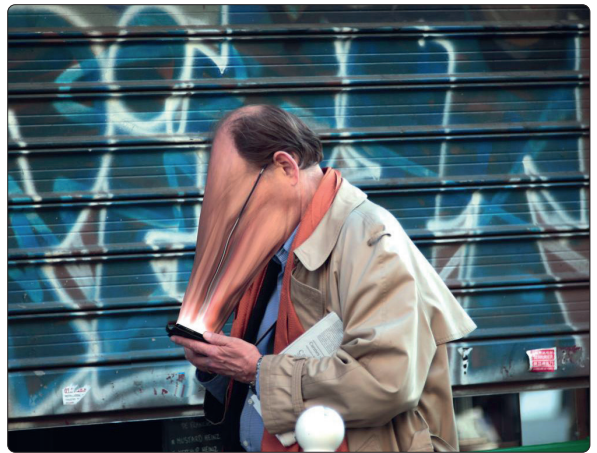
In deze paper spits ik me voornamelijk toe



Geiger, A. *SUR-FAKE* (2015)



Geiger, A. *SUR-FAKE* (2015)



Geiger, A. *SUR-FAKE* (2015)



op twee voor mij merkwaardige trends die ik in wat volgt *Wie dan ook* en *Waar dan ook* noem. Wat *Wie dan ook* betreft: steeds meer mensen begeven zich ogenschijnlijk op het terrein dat voorheen aan de kunstenaar en ontwerper was voorbehouden. Zij die zich professioneel bezighouden met het maken van beelden, moeten zich vandaag onderscheiden van een almaar grotere en prominenter groep amateurs. Tegenwoordig beschikt iedereen, amateur en beroeps, immers over goedkope productietools om beelden te maken en te delen. Het internet biedt daarbij nieuwe distributieplatformen voor content die voorheen privé bleef. Aangaande *Waar dan ook*: dankzij internet en sociale media is het vandaag erg makkelijk om andermans beelden te delen of te hergebruiken. Beelden van wie dan ook kunnen nu door eender wie, eender waar ingezet worden. Meer dan ooit bewegen beelden zich vrij van de ene plek naar de andere en nemen ze verschillende betekenissen aan.



Geiger, A. *SUR-FAKE* (2015)

(3) Wie dan ook

Kunstenaar, ontwerper, of geen van beide, met z'n allen sturen we dagelijks eigen creaties de wereld in. "Vast quantities of images and data are flowing from every source imaginable: science, art, advertising, news, entertainment, governments, and, increasingly, ordinary citizens (using personal digital cameras, cell phone cameras, scanners, and webcams)", aldus Robertson en McDaniel (2013: 21). Iedereen beschikt tegenwoordig over de nodige tools om beelden te maken én te delen.

"We feel compelled to make images and share them with others as a key part of our effort to understand the changing world around us and our place within it", stelt Mirzoeff (2015: 6). Tegenwoordig maakt, deelt en bekijkt men beelden in hoeveelheden en op manieren die men enkele decennia geleden niet kon voorspellen (Mirzoeff, 2015: 12). Iedereen creator, zo lijkt vandaag het motto. Met de smartphone als relatief goedkoop, mobiel apparaat, kan iedereen overal beelden maken. "Hoe verschillend in kwaliteit, professionaliteit en pixels ook, het gaat in de eerste plaats om de getuigenissen van wat men ziet, voelt of wil delen", legt Swinnen uit (2012: 13). Beelden maken en verspreiden is anno 2020 letterlijk kinderspel geworden. We bevinden ons met z'n allen op terrein dat voorheen grotendeels aan de kunstenaar of ontwerper was voorbehouden.

"In addition to enabling rapid, radical manipulation of imagery, the computer now makes possible the almost instantaneous dissemination of images and data of all kinds", menen ook Robertson en McDaniel (2013: 20). Beelden worden vandaag aan lichtsnelheid de wereld rond gestuurd. Door een sterk verhoogde gebruiksvriendelijkheid maakten ontwikkelingen als blogs en sociale netwerken het rond de laatste eeuwwisseling makkelijker voor niet-professionelen om informatie online te publiceren (Picone, 2013: 34). Miljoenen mensen waren nu bij machte om hun gedachten te publiceren opdat miljoenen anderen ze zouden kunnen lezen (Rosenberg, 2009: 11). Blogwebsites stelden een ongekend aantal mensen in staat om te communiceren en te functioneren als critici, om op die manier allerlei onderwerpen van commentaar te voorzien. "The Web implicitly invited people to say anything and everything", aldus journalist Scott Rosenberg (2009: 11). *Anything and everything, but*, zo blijkt vandaag, maar daarover later meer (zie pagina 13-14).

AMATEUR VS PRO

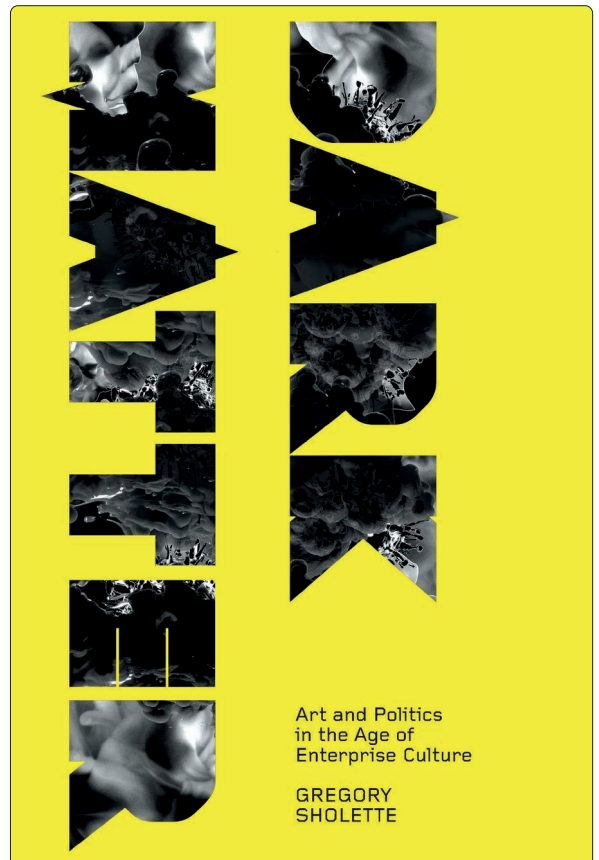
Allerhande apps (*Instagram, YouTube, TikTok, ...*), sporen de gebruiker tegenwoordig aan om creatief met beelden aan de slag te gaan en de resultaten vervolgens te delen met vrienden en de rest van de wereld. De website *Internet Live Stats* maakt in real-time de balans op van wat er wereldwijd op internet gebeurt. Gemiddeld worden er volgens *Internet Live Stats* per seconde zo'n duizend foto's op *Instagram* geplaatst en worden er op *YouTube* meer dan 83.000 video's bekeken.

Beelden van zowel amateur als prof belanden zo in eenzelfde beeldenstroom. Internet houdt geen rekening met hiërarchie en plaatst beelden van verscheidene bronnen naast, door –en in tijden van oneindig scrollen onder– elkaar. Beelden gaan zo steeds vaker verloren in het immense aanbod, ongeacht het talent, de ervaring en de motivatie van de maker. De scheidslijn tussen amateur en beroeps wordt zo erg dun. Wat is (goede) kunst en wie mag zich bijgevolg kunstenaar noemen? Daar bestaat al eeuwen discussie over. Het doel van dit hoofdstuk is niet om te bepalen wat goed is en wat slecht. Wel trachten de volgende pagina's de afwezige hiërarchie tussen beelden op internet bloot te leggen en te analyseren hoe deze afwezigheid professionele beeldenmakers beïnvloedt.

DARK MATTER

"The art world is structured like a pyramid", schrijft Sholette in 2005 (2005: 95). Een selecte groep kunstenaars bemant de top. "Those who reach its summit are well rewarded and find themselves made extremely visible to those beneath" (Sholette, 2005: 95). De grote meerderheid, zij die een kunstopleiding genoten evenals zij die zichzelf identificeren als hobbyist of amateur, bevindt zich echter aan de basis. "They represent a far larger and heterogeneous mass of creative activity than that which appears within the limited sphere known as the art world" (Sholette, 2005: 104). "It is this vast pool of largely invisible art making that I have provisionally called *Dark Matter*", aldus Sholette (2005: 104).

Dark Matter, eveneens de titel van het boek dat hij in 2011 uitbracht, is een term die men gebruikt om een hypothetische en onzichtbare soort materie in het heelal aan te duiden. Sholette bedient zich van de term als metafoor voor *informal art* of informele kunst. Informele kunst omvat praktijken als acteren in een gemeenschapstheater, zingen in een kerkkoor of portretten schilderen vanuit een veilige en vertrouwde thuisomgeving. Ondanks hun populariteit bleven informele kunstpraktijken doorgaans



Sholette, G. *Dark Matter* (2011)

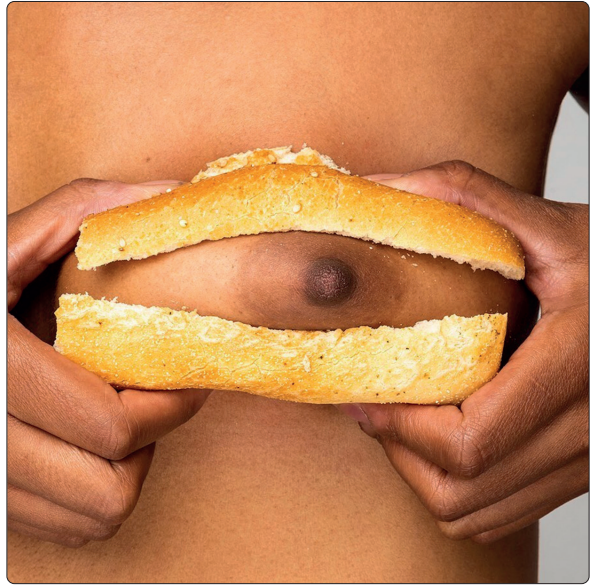
aan het zicht onttrokken. Beeldenmakers aan de onderkant, aan de basis van de pyramide, werden gedurende lange tijd gedwongen om in de schaduw van zij aan de lichtrijke top te leven.

Maar, “this nebulous region is getting brighter”, beweert Sholette (2005: 104). De structuur van de pyramide is al een poosje niet even stevig en vast meer. Een gedeeltelijke verklaring voor het *lichter worden* van veel informele productie, vindt men in de toenemende toegankelijkheid van digitale technologie. “Because the cost and skills required for capturing and processing images, sound and text from a wide variety of sources continues to spiral downwards, the growth of *Dark Matter* [...] is inevitable”, voorspelt Sholette (2005, 103). En gelijk kreeg hij. Van hiërarchie onder beelden en beeldenmakers is er vandaag minder sprake dan voorheen. Steeds vaker en in grote getale treden beeldenmakers, vroeger aan de donkere basis van de pyramide, uit de schaduw. In 2004 merkten Charles Leadbeater and Paul Miller, auteurs van *The Pro-Am Revolution*, eenzelfde trend op: “We’re witnessing the flowering of *Pro-Am*², bottom-up self-organisation, the crude, all or nothing, categories of professional or amateur will need to be rethought”.

VRIJ OP INTERNET?

Tegenwoordig kan iedereen z'n creatieve ei kwijt op platformen als *Instagram*, *Tumblr*, *Facebook* en *TikTok*. Eender wie, met welke achtergrond dan ook, kan er werk posten en promoten. Zo ligt het binnen ieders mogelijkheden om erkenning te vinden en een plekje op te eisen in de anders eentonige, overwegend mannelijke en blanke industrie. Onmiskénbaar hebben deze nieuwe vormen van communicatie dus een belangrijke impact gehad op de manier waarop we informatie uitwisselen met elkaar. “We moeten echter voorzichtig zijn wanneer we een verhoogde toegang tot communicatie gelijkstellen aan een verhoogde participatie van burgers in onze maatschappij”, waarschuwt Picone³ (2013: 33). De vraag blijft dus in welke mate deze sociale media werkelijk bevrijdend zijn.

Men moet verder begrijpen dat het bij beelden op internet om zorgvuldig gecontroleerde en gefilterde voorstellingen van de wereld gaat. “Media today is consumed almost hundred percent based on algorithms, so you only consume something related to what you consumed yesterday, and it is quite hard to break the spell”, waarschuwt David Quiles Guillo, oprichter van *THE WRONG New Digital Art Biennale*. Algoritmes snoeien in het aanbod en bepalen zo wat je wel en vooral niet te zien krijgt⁴. “Software computes for us the world that we see. *Google*, *Apple*, *Microsoft* – or whichever digital giants succeed



Palmers, N. *Taboob* (2019)

2. Mensen die amateuractiviteiten uitoefenen volgens professionele normen.
3. “Op Facebook worden we protagonisten in de documentaire over ons eigen leven. Dit opent zeker mogelijkheden. Maar heeft dat onze maatschappij participatiever gemaakt? Hebben wij als burgers zeggenschap over wat er met onze documentaire – lees onze data – gebeurt?”, voegt Picone nog toe (2013: 33). Dat is echter voer voor een andere discussie.
4. Platformen als *Instagram* leggen bijvoorbeeld strenge regels op die bepaalde zaken verbieden. Zo blokkeert en/of verwijdert het algoritme van *Instagram* potentieel seksuele inhoud. “Om verschillende redenen staan we geen naaktheid toe op *Instagram*”, lezen de richtlijnen. Toch blijven mannen met ontbloot bovenlijf grotendeels ongecensureerd, terwijl topless afbeeldingen van vrouwen worden verwijderd. In 2019 namen grafisch vormgever Jasper Declercq en fotografe Noortje Palmers de proef op de som met *Taboob*. Door regelmatig foto's van deels bedekte, versierde of bewerkte borsten op *Instagram* te plaatsen, daagden ze het algoritme uit en tastten ze de grenzen af. “An artful investigation into Instagram’s definition of a female breast”, zo omschrijft het duo hun project zelf. Van de 75 beelden werden dertien borsten uiteindelijk door het algoritme beoordeeld als te aanstootgevend.

them – interpose themselves between us and the world, carefully filtering what we may see and know by means of screens and software alike”, aldus Mirzoeff (2015: 161).

Hoewel internet en sociale media er wel degelijk voor zorgen dat iedereen de kans krijgt om zijn of haar werk met de wereld te delen, slaagden ze er niet in om alle positieve verwachtingen in te lossen. Zo beperken ze in zekere zin de wijze waarop men zich mag uitdrukken. Beetje bij beetje limiteren platformen als Instagram de zelfexpressie van de gebruiker. Helemaal vrij zijn we dus niet op internet⁵.

PARALLELEN MET JAREN 70

“Though the transformations of the present may appear unprecedented there have been many similar periods of dramatic change in the visible world before”, brengt Mirzoeff in herinnering (2015: 16). Een belangrijke vraag die steeds de kop opsteekt bij de introductie van nieuwe technologieën is of deze een positieve of negatieve invloed hebben op onze samenleving. “Vaak worden deze veranderingen ofwel verwelkomd vanuit een geloof in de democratiserende en emanciperende kracht van nieuwe media ofwel gemeden uit vrees dat ze ons zouden beperken of verslaven”, aldus Picone (2013: 32). Zoals steeds, wisselen enthousiaste en ongeruste stemmen elkaar af.

Zo ook in de jaren zeventig, de periode waarin fotografie aan de gestage verovering van het museum en de kunstgalerie begon. Wanneer fotografie finaal doorbrak als volwaardig artistiek en zelfstandig medium, beschikten menig huishouden ook over een camera waar ze regelmatig gebruik van maakten. Dat maakte van *Kodak* en *Polaroid* de *Apple* of *Google* van hun tijd.

WAYS OF SEEING

Niet toevallig in 1972 liet John Berger zijn wereldberoemde project voor *BBC Ways of seeing* op de wereld los. Berger presenteerde zijn theorie in de vorm van een boek en een documentaire waarin hij uitlegt hoe de reproductie van kunstwerken (door een camera) de manier waarop we deze beelden zien beïnvloedt. In zijn boek definiëert Berger een afbeelding als “de herschepping of reproductie van iets dat door mensen werd gezien” en als “een beeld, of een geheel van beelden, dat is losgemaakt van de plaats waar en de tijd waarin het voor het eerst werd gezien, en is vastgelegd – voor een paar seconden of voor eeuwen” (1972: 9). Zodoende stelde hij een schilderij of een beeldhouwwerk gelijk aan een foto-opname of een reclamebeeld en schoof hij

5. Ik vind het belangrijk om deze zaken kort aan te raken. Over de valkuilen op internet en het niet-vrij-zijn valt echter nog veel meer te schrijven, maar ook dat is voer voor een andere paper.

Ways of Seeing John Berger



Seeing comes before words. The child looks and recognizes before it can speak.

But there is also another sense in which seeing comes before words. It is seeing which establishes our place in the surrounding world; we explain that world with words, but words can never undo the fact that we are surrounded by it. The relation between what we see and what we know is never settled.



traditionele hiërarchieën aan de kant. De relatie tussen amateur en beroeps en professionele beeldmakers onderling kwam zo onder spanning te staan. *Sounds familiar?*

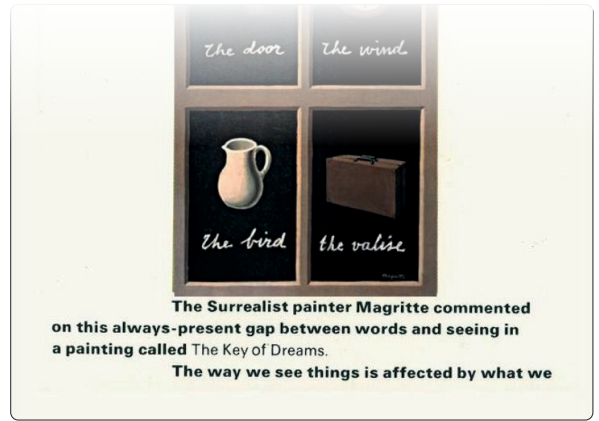
Foto's van amateurs en hobbyisten werden in de jaren zeventig echter veelal bewaard in fotoboeken, die zo nu en dan in intieme kring van onder het stof werden gehaald. Dat is vandaag niet langer zo. Waar amateurfotografie in het analoge tijdperk een privéaangelegenheid was en de manieren om zelfgemaakte beelden te delen beperkt waren, plaatsen we onze creaties tegenwoordig meteen op internet, *there for everyone to see*.

WAYS OF SOMETHING

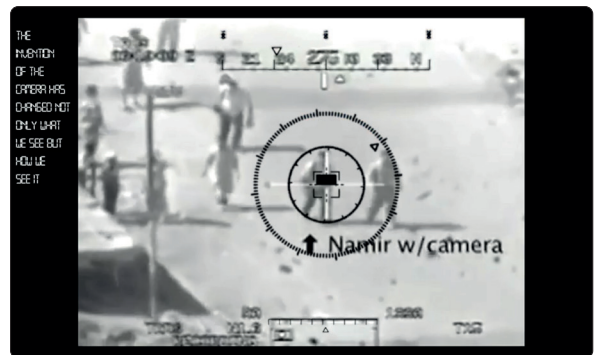
In 2014 staken meer dan honderd kunstenaars de baanbrekende BBC-documentaire, aflevering één tot vier, gezamenlijk in een nieuw jasje. "*Ways Of Something* - BBC's seminal *Ways of Seeing* documentary series remixed/remade/updated/re-contextualized", zo presenteerden de artiesten het werk zelf. *Ways of Something* behoudt de originele audiotrack van Berger, maar vervangt alle beelden, "reworking the art history doc into relevancy and insanity", aldus kunstenaar en curator Lorna Mills.

Voor de eerste aflevering nodigde Mills dertig *web-based* artiesten van over de hele wereld uit om originele kunstwerken van zestig seconden te maken, ter vervanging van de visuele track. "I encouraged the artists to update or contradict the material", legt ze uit. Op minuut vier, terwijl Berger uiteenzet hoe de reproductie van kunstwerken de manier waarop we ze zien, beïnvloedt, kijken we naar een compilatie van de *WikiLeaks Collateral Murder Video*⁶, flitsen van elk schilderij in de permanente collectie van het MoMa, Ai Weiwei en een vandaal die diens vazen vernielt. Elk stuk draagt bij tot een verhaal dat op wonderbaarlijke wijze samenkomt, doch in alle richtingen explodeert. "*Ways Of Something* is a clusterfuck, with 3D renderings, pop culture gifs, experimental short films, sexy webcam performances subverting the tropes of art history in an entertaining and overwhelming way", vat kunst- nieuws- en cultuurwebsite *ANIMAL New York* samen.

De ideeën door Berger geformuleerd in *Ways of Seeing* zijn ook vandaag inderdaad nog van toepassing. In wezen zijn audiovisuele en beeldende kunstwerken niet fundamenteel verschillend van ander beeldmateriaal en zelfs niet van het geschreven of gesproken woord, zegt Swinnen (2012: 19). "In the contemporary period, the dissolution of boundaries between art and life has continued in a number of directions", menen ook Robertson en McDaniel. Er blijft kruisbestuiving



Berger, J. *Ways of Seeing* (1972)



Mills, L. *Ways of Something* (2014)



Mills, L. *Ways of Something* (2014)



Mills, L. *Ways of Something* (2014)

6. In 2010 publiceerde WikiLeaks de *Collateral Murder*-video, gefilmd door het Amerikaanse leger op 12 juli 2007, waarin Amerikaanse soldaten vanuit een helikopter schieten op ongewapende burgers en journalisten in de Iraakse hoofdstad Bagdad.

plaatsvinden tussen hoge en lage kunst. Het onderscheid tussen kunst en de grotere beeldcultuur lost op en verdwijnt zelfs. (*Robertson en McDaniel, 2013: 34*). Tegenwoordig vermengen kunstenaars hun werk met andere producten van de visuele cultuur.

BILLBOARD SERIES

Artiesten experimenteren verder door zichzelf niet enkel te beperken tot kunstlocaties om werk te tonen. Ze zoeken naar manieren om hun projecten middenin de overgemediatiseerde, openbare sfeer te plaatsen. Zo ook het Gentse grafisch collectief 019 met hun *Billboard Series*: een langdurig kunstproject in de publieke ruimte aan *Dok Noord*. Een reclamepaneel van vijftig vierkante meter aan de zuidgevel van 019 functioneert als alternatief tentoonstellingsplatform voor grafische ontwerpers en beeldend kunstenaars. De getoonde werken clashen met de beelden die men gewoonlijk treft en verwacht op dergelijke dragers. Elk jaar worden er vier kunstenaars uitgenodigd om een werk te maken dat inhaakt op de status van het beeld en dat een duurzame en productieve dialoog opbouwt met de omliggende buurt en het stedelijke landschap.

In de zomer van 2019 was Sharon Van Overmeiren aan zet. Van Overmeiren (¹⁹⁸⁵) gaat aan de slag met de onuitputtelijke stroom aan beelden die eigen is aan onze tijd en laat de historisch vastgelegde interpretaties van en tussen beelden los. Ze creëert nieuwe, samengestelde beelden, die opgebouwd zijn uit talrijke referenties aan zowel de hoge als lage cultuur. Zo ook hier.

Voor *Pop Cycles* vertrekt Van Overmeiren vanuit de tentoonstellingsplek, het reclamepaneel, en vanuit het tentoonstellingsmoment, de zomer. Ze presenteert drie keramische sculpturen, die ze zelf *fictieve sculpturen* noemt. Van Overmeiren kiest, zoals vaker, bewust voor keramiek omdat men het traditionele medium al eeuwenlang overal ter wereld gebruikt om een beeld letterlijk en figuurlijk te verstenen. Om een element uit onze vluchtige beeldcultuur voor lange tijd een vaste vorm te geven (*019-ghent.org, 2019*). Hier verwijzen de gekozen vormen en kleuren respectievelijk naar een Magnum, een Twister en een Raketijsje, drie zomerse klassiekers die iedereen kent.

Daarnaast staan de sculpturen bol van de historische referenties. Zo is de Magnum opgebouwd uit geometrische elementen die verwijzen naar het Duitse Bauhaus, refereert het Raketijsje in vorm dan weer aan Anubis, een Oud-Egyptische god van de dood en verwijzen zowel de vorm en de kleur van de Twister tenslotte naar de Keltische cultuur. Verder speelt Van Overmeiren met de manier waarop ze haar fictieve sculptu-



De Cleene, M. *Billboard Series*, Benoit Plateus (2018)



019. *Billboard Series*, Sharon Van Overmeiren (2019)



019. *Billboard Series*, Sharon Van Overmeiren (2019)

ren presenteert: in de hand gehouden zoals op de *Ola*-panelen van weleer. Ook de achtergrond doet opnieuw denken aan *Ola*. Wie echter beter kijkt merkt ook hier tal van referenties op: van Dante's Vagevuur tot het iconische *Mortal Kombat* logo uit de jaren negentig.



Van Overmeiren, S. *Pop Cycles* (2019)

(4) Waar dan ook

De internetgeneratie, waartoe ook Van Overmeiren, Bewersdorf en alle artiesten die een bijdrage leverden aan *Ways of Something* behoren, implementeert en ontwikkelt een praktijk die in de jaren zestig begon als conceptuele kunst en in de daaropvolgende decennia verder ontwikkelde in de vorm van *Appropriation Art*: de praktijk van het verkennen, verzamelen, archiveren, manipuleren en hergebruiken van enorme hoeveelheden cultureel materiaal geproduceerd door populaire cultuur en reclame. De antioriginele en anti-exclusieve kunstpraktijk van onder anderen Jeff Koons, Sherrie Levine, Cindy Sherman, Barbara Kruger en Richard Prince⁷, die diende ter analyse van codes in de massamedia en de kunst, was van grote invloed op neoconceptuele tendensen in de kunst van de jaren tachtig en is dat vandaag nog steeds. Zowel amateurs als professionele beeldmakers eigenen zich vandaag maar wat graag beelden van anderen toe die ze vinden op internet.

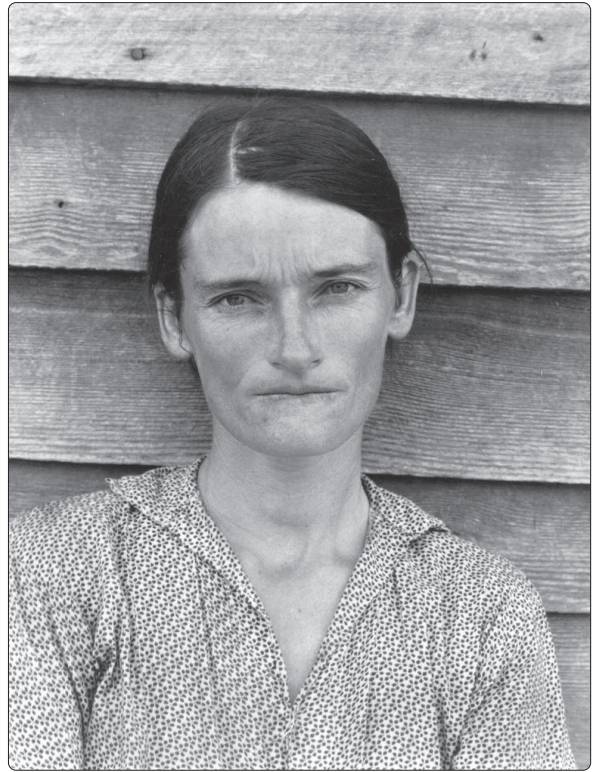
DEMATERIALISERING

Een belangrijke verandering die de digitalisering van informatie met zich heeft meegebracht is de dematerialisering van informatie: informatie wordt onthecht van haar drager. "De traditioneel nauwe verbondenheid tussen een bepaald medium en een specifieke informatieformat verdampst", aldus Picone (2013: 33). "Een gevolg van de onthechting van inhoud en medium, verder versterkt door de ontwikkeling van draadloze communicatie, is de bijhorende onthechting van informatie en medium en hun gebruikscontext. Doordat mediagebruik mobiel is geworden kan een bepaalde vorm van informatie in veel meer verschillende socio-spatiale contexten gebruikt worden dan voorheen" (Picone, 2013: 34). Zo kan een passagier op de trein een film kijken op zijn tablet, "een praktijk die nog niet zo lang geleden gebonden was aan de bioscoop en later de huiskamer, maar nu evengoed op de trein, in de wachtzaal of in het park kan plaatsvinden", illustreert Picone (2013: 34).

"Networks have redistributed and expanded the viewing space", treedt Mirzoeff bij (2015: 13). Via onze schermen kunnen we op elk moment van de dag, in heel korte tijd ongelooflijk veel beelden van over de hele wereld zien. Zo dus ook kunst en ontwerp. In het digitale tijdperk bekijken we beide steeds vaker vanuit onze luie zetel. Waar we pre-internet naar een galerie of museum moesten om kunst te bekijken, doen we



Laporte, A. *String of puppies*, Jeff Koons (1988)



Levine, S. *After Walker Evans* (1981)

7. Allen zijn ze jonge Amerikaanse kunstenaars uit de jaren zeventig en tachtig die afbeeldingen, beeldelementen, voorwerpen en illustraties ontleen aan het dagelijkse (Amerikaanse) leven. Vooral de werelden van de massacommunicatie, de consumptiecultuur en de reclame spelen een belangrijke rol. Hierbij grijpen ze terug op de aanpak van de *Poptical-art* uit de jaren zestig, met name op het werk en de methoden van Andy Warhol. Hoewel ze niet als groep functioneren, worden ze door een gemeenschappelijke strategie van toe-eigening of *appropriation* en reproductie van bestaande film-, reclame- en mediabeelden, wel als zodanig beschouwd. (kunstbus.nl)

dat nu online en bovendien wanneer we ervoor kiezen om dat te doen.

“Door middel van de camera reist het schilderij naar de toeschouwer in plaats van de toeschouwer naar het schilderij. Onderweg verandert zijn betekenis in vele betekenissen”, opnieuw Berger, vijftig jaar geleden (1972: 20). “Art no longer exists as it did”, aldus Berger. “It was once isolated, part of a hierarchy, but now images of art are available and insubstantial.” Berger meende dat de (toen) moderne reproductietechnieken de autoriteit van de kunst vernietigden en haar – of liever haar beelden, die zij reproduceerde – uit welk reservaat dan ook verlostten. Toen pas werden beelden van de kunst volgens Berger, voor het eerst in de geschiedenis, kortstondig, alomtegenwoordig, onstoffelijk, gemakkelijk verkrijgbaar, gratis en vrij (1972: 32).

DECONTEXTUALISERING

Afgelopen decennia schakelden we nog een tandje hoger. Het kopiëren, samenbundelen en eigen maken van stijlen, levensvisies, ideeën en werken doen we tegenwoordig allemaal. Dankzij internet en sociale media is het vandaag erg makkelijk om andermans beelden te delen of te hergebruiken, zonder daarbij de oorspronkelijke context waarin ze gemaakt werden te respecteren of te kennen. “With Pinterest comes the decontextualization of design. The site itself has been designed to strip images of their context”, schrijven Thierry Brunfaut en Emily Daly, designers bij *Base*, in een artikel genaamd *The Pinterest Effect*.

Meer dan ooit bewegen beelden zich vrij van de ene plek naar de andere en nemen ze verschillende betekenissen aan. “Facebook heeft van film, fotografie en literatuur een grote knipselmap gemaakt met slordige legendes en een gebrekkige bronvermelding”, meent Bruxelloise en columnist Duchka Walraet (*apache.be*, 2014). Eenmaal op internet gaan beelden een ander leven leiden. Beelden van wie dan ook kunnen nu door eender wie, eender waar ingezet worden. Ook op straat tijdens een protest, zo blijkt uit een voorbeeld dat Sholette in *Dark Matter* aanhaalt: In 2003 protesteerde een groep kunststudenten tegen het verbergen van Picasso's *Guernica* tijdens de beruchte VN-toespraak van Colin Powell die voorafging aan de oorlog in Irak⁸. Ze trokken op straat met borden waarop elementen stonden die ze isoleerden uit het iconische kunstwerk. “Picasso's monumental *Guernica* momentarily shifts from aesthetic object to activist intervention as the painting's anti-war imagery is re-imagined as a jigsaw puzzle or picket signs”, legt Sholette uit (2011: 24)



Sholette, G. (2003)

8. Ambtenaren van de Verenigde Naties bedekten een reproductie van Pablo Picasso's anti-oorlogsmural *Guernica* met een blauw doek tijdens de speech van Amerikaanse minister van Buitenlandse Zaken Colin Powell op 5 februari over de Amerikaanse strijd tegen Irak.

HOMOGENISERING

“In addition to the accelerated exchange of information and images, another significant quality of global visual culture is the uniformity of imagery that is disseminated by the mass media”, aldus Robertson en McDaniel al in 2005 (21). Dankzij *Pinterest*, *Tumblr*, enzovoort is inspiratie van over de hele wereld voor bijna iedereen binnen handbereik. De mogelijkheden zijn eindeloos – zo zou je denken. “Ironically, this great democratization of information means we are destined to use the same references”, bemerken Brunfaut en Daly (2019). Ontwerp meer dan kunst is onderhevig aan bepaalde trends of mode. “It’s the reason why more and more brands are blending in rather than standing out. It’s why there are brands, websites, posters, logos, and cafés across cities and continents, from Cairo to Cleveland, that look exactly the same”, aldus Brunfaut en Daly.

“Such high uniformity of memory never occurred prior to the invention of the Internet, television, radio, cinema, and photography”, leggen Robertson en McDaniel uit (2013: 21). “With each new technological breakthrough, the capacity of pop culture to overwhelm the sphere of private experience expands. Today’s mass media information culture is channeled into formats that tend to homogenize the presentation of information” (Robertson en McDaniel, 2013: 21).

“The best ideas are born in chaos, generosity, and contradiction”, besluiten Brunfaut en Daly, “*Pinterest* drives us in the opposite direction [...] *Pinterest* will never question our choices.” (2019). Hoe ziet de toekomst eruit? “Not very bright if we don’t take action against *Pinterest*’s perpetuation of sameness and complacency”, voorspellen Brunfaut en Daly. Ontwerpers worden fotokopieerapparaten en *branding agencies* hebben geen zin meer in een landschap dat geen waarde hecht aan differentiatie. Maar, eindigen ze het artikel met een positieve noot, “inspiration has no expiration date. But it’s on us to prove it.”

(5) Conclusie

Dat technologie onze wereld ingrijpend veranderd heeft werd de laatste paar maanden meer dan eens duidelijk⁹. Daarbij vormt de kunst- en ontwerpwereld geen uitzondering, zo leerden we. Afgelopen decennia is de productie en distributie van afbeeldingen ongelooflijk gegroeid. Het aanbod aan beeld en geluid is enorm. Het is vandaag knokken als beeldenmaker om gehoord en gezien te worden want consumeren doen we tegenwoordig snel en diagonaal. Niet toevallig duikt de term *beeldagressie* enkele keren op in Swinnens boek *Beeldcultuur*.

Beelden maken en verspreiden was lange tijd enkel voorbehouden aan de kunstenaar en de ontwerper. *Then, the internet arrived*. Het bracht ons tal van technologieën die de bestaande verhoudingen in de war stuurden. Digitale camera's, toegankelijke bewerkingssoftware en andere tools maakten professionele productie mogelijk met een klein budget. Online sociale netwerken en distributieplatformen stelden ons verder in staat een miljardenpubliek te bereiken met één muisklik. Professionele beeldenmakers moeten het zo opnemen tegen een leger van amateurs die met quasi dezelfde tools en wapens strijden.

"The availability of inexpensive production tools has seen an exponential rise in amateur creativity, while the Internet provides a new distribution platform for this kind of production, which previously remained private", bevestigt Quaranta. Iedereen kan tegenwoordig beelden maken én verspreiden, zo leerden we immers. Sholette's pyramide, waarin hij niet-professionele beeldenmakers onderaan plaatste, hield, zoals hij zelf voorspelde, geen stand. Steeds meer amateurs stappen vandaag uit de schaduw van de weinige professionals die voorheen de top bemanden.

Wanneer echter eender wie vrij is om eender wat, eender waar, eender wanneer op internet te plaatsen, lopen beelden het risico bedolven te worden door werk van anderen die net hetzelfde doen. Internet en sociale media hebben tot een onvoorzienbare hoeveelheid aan inhoud geleid die door, onder en naast elkaar geplaatst worden. Beelden gaan zo steeds vaker verloren in het immense aanbod, ongeacht het talent, de ervaring en de motivatie van de maker.

Anderzijds ligt het anno 2020 binnen ieders mogelijkheden om erkenning te vinden en een plekje op te eisen in de anders eentonige en gesloten kunst- en ontwerpwereld. Men is niet langer afhankelijk van grote musea, professionele fondsenwervers of toegang tot institutioneel kapitaal om werk out there te krijgen. Steeds meer creatievelingen, zij het amateurs of be-

9. Mei 2020: ik schrijf deze conclusie vanuit m'n kot. Het coronavirus houdt de hele wereld in zijn greep en dwong me mijn masterproef én mijn levensstijl honderdtachtig graden om te gooien. Waar onze schermen afgelopen periode meer dan eens dienst bewezen bij het geconnecteerd blijven in tijden van afzondering, werden velen meermaals geconfronteerd met een teveel aan blauw licht.

roeps, nemen het heft in eigen handen en starten bottom-up initiatieven op. Zo ook Marjolein en ik met *You May Also Like*.

YOU MAY ALSO LIKE

YMAL biedt jonge, opstartende ontwerpers een platform om hun kunnen op tentoon te spreiden. Uit ervaring weten we dat de plekken en kansen om ontwerp te tonen beperkt zijn. In Antwerpen, en bij uitbreiding België, zijn er weinig of geen plekken waar men aandacht aan grafisch ontwerp besteedt. *YMAL* doet dat wel. Als jonge creatievelingen zijn we niet langer afhankelijk van grote musea en gerenomeerde curatoren om eigen werk en dat van collega's voor te stellen. Met *YMAL* blijven we moedwillig weg uit musea en gallerijen, waar bepaalde institutionele richtlijnen gelden. We brengen grafisch ontwerp terug de straat op, waar het zijn oorsprong kent. Onder het motto *kunst voor iedereen* presenteren we onze praktijk middenin de publieke ruimte, waar het werk op een laagdrempelige, niet-elitaire manier benaderd kan worden.

You May Also Like presenteert bovendien werk van designers die méér willen dan enkel zaken ontwerpen die onze duim even doen stoppen en waarbij opvallen primeert op inhoud. Zorgvuldig selecteert *YMAL* projecten waaraan heel wat onderzoek voorafging en presenteert deze vervolgens op heldere wijze. Daarbij ontbloeit *YMAL* motieven van makers en ideeën achter projecten om grafisch ontwerp zo dichterbij om het even wie te brengen. Indien de consument moeite doet om beelden te begrijpen en kan afwegen wat belangrijk is en wat niet, zal bijgevolg ook de waardering voor de makers toenemen, meent Swinnen immers (2012: 7).

De naam *You May Also Like* is verder een knip-oog naar algoritmes op internet die ons verleiden om telkens door te klikken of scrollen en ons almaar zaken voorstellen die in lijn liggen met wat we al kennen. Zo geven sites als *Pinterest* prioriteit aan visuele zoekfuncties die gebruikers naar inhoud brengen die vergelijkbaar is met die waarmee ze al interactie hebben gehad. Dit maakt het moeilijk om nieuwe ontdekkingen te doen. Deze bevindingen stroken met wat Quiles Guilló eerder zei (zie pagina 13). *YMAL* waagt een gokje en stelt de kijker in staat om écht nieuwe dingen te ontdekken.

Tot slot overstijgen we met *YMAL* de klassieke definities van kunstenaar, curator, organisator, scenograaf, enzovoort. Marjolein en ik namen afgelopen maanden verschillende rollen aan bij het uitbouwen van *YMAL*. Zo tonen we aan dat de grenzen tussen verschillende disciplines vervagen en dat grafisch ontwerp vandaag heel erg breed kan gaan.



YMAL. Curate Your Window, Lee Van Camp (2020)



YMAL. Curate Your Window, Katrijn Oelbrandt (2020)



Om af te sluiten nog deze uitspraak van filosoof Frank van de Veire die de ontwikkelingen eind jaren negentig ietwat pessimistisch onder woorden bracht: “De overstelpende productie van pakkende, verrassende, ‘sprekende’ beelden door de media heeft de kunst als het ware in de hoek gedreven. Het lijkt eigen aan onze tijd dat de kunst deze vloedgolf niets tegenover te stellen heeft. Geen andere taal, geen andere code, geen andere retorica – tenzij dezelfde” (1997: 10). Vandaag geloof ik echter dat de nood aan krachtige graphics en visuals, die zinvolle boodschappen op heldere wijze overbrengen nog nooit zo hoog was. Meer dan ooit is er volgens mij behoefte aan werken en ontwerpen die niet enkel mooi, groot, opvallend en nieuw zijn, maar ook inhoudelijk sterk. Het lijkt mij dan ook eigen aan onze tijd dat kunst en ontwerp deze vloedgolf absoluut wél iets tegenover te stellen hebben. Het is vandaag aan de professionele beeldenmakers om orde te scheppen in de chaos, om grote lijnen te zoeken en zichtbaar te maken, om te reflecteren over veranderingen en hun implicaties. Het is aan ons, kunstenaars en ontwerpers, om de uitdagingen die zich stellen om te buigen naar kansen, om creatieve oplossingen te zoeken voor problemen. En laat dat nu net zijn wat wij goed kunnen.



YMAL. *Curate Your Window*, Lio Geypens (2020)

(6) Bibliografie

BOEKEN

- Berger, J. (1972). *Anders zien*. Vertaald door Arian M. & Notenboom W. Antwerpen: Uitgeverij Ontwikkeling.
- De Wachter, D. (2016). *De wereld van De Wachter*. Leuven: LannooCampus.
- Leadbeater, C. & Miller, P. (2004). *The Pro-am Revolution: How Enthusiasts are Changing Our Society and Economy*. Londen: Demos.
- McDaniel, C. & Robertson, J. (2013). *Themes of Contemporary Art: Visual Art After 1980*. Oxford: Oxford University Press.
- McLuhan, M. (2013). *Understanding Media. The Extensions of Man*. Berkeley: Gingko Press.
- Mirzoeff, N. (2015). *How to See the World*. Londen: Pelican.
- Rosenberg, S. (2009). *Say Everything. How Blogging Began, What It's Becoming, and Why It Matters*. New York: Crown Publishers.
- Sholette, G. (2005). Heart of darkness: a journey into the dark matter of the art world. In: Becker L., Hall J. R. & Stimson B. (eds.), *Visual Worlds*. Londen & New York: Routledge, 91-108.
- Sholette, G. (2011). *Dark Matter. Art and Politics in the Age of Enterprise Culture*. Londen & New York: Pluto Press.
- Swinnen, J. (2012). *Beeldcultuur*. Antwerpen: Luster.
- Valgaeren, P.J. (2019). *50 Years of Screen Culture*. Catalogus bij SCREEN IT, Hasselt & Genk: Stadstriennale vzw.
- Vande Veire F. (1997). *De geplooid voorstelling. Essays over kunst*. Brussel: Yves Gevaert.

ARTIKELS IN TIJDSCHRIFTEN

- Picone, I. (2013). De nieuwe media-ecologie: Huidige evoluties in informatie- en communicatiemediën. *Bladen voor Documentatie*, 2013/4, 32-40.

WEBSITES

- Bloem, J. & Duivestein, S. (2012, 6 januari). *Het laatste Kodak-momentje*. Geraadpleegd van <https://www.frankwatching.com/archive/2012/01/06/het-laatste-kodak-momentje/>
- Brunfaut, T. & Daly, E. (2019, 12 december). *The Pinterest Effect*. Geraadpleegd van <https://tinyurl.com/y728v6qq>
- Galperina, M. (2014, 21 augustus). *Ways of Something: 58 web-based artists remake historic art documentary, one minute at a time*. Geraadpleegd van <http://animalnewyork.com/2014/ways-something-58-web-based-artists-remake-historic-art-documentary-1-minute-time/>
- Galperina, M. (2014, 10 september). *Ways of Something: online premiere*. Geraadpleegd van <http://animalnewyork.com/2014/ways-something-online-premiere/>
- Grossman, L. & Vella M. (2014, 11 september). *Never Offline*. Geraadpleegd van <https://time.com/3326576/never-offline/>
- Imec. (2019). *Imec.digimeter 2018*. Geraadpleegd van <https://www.imec.be/nl/expertises/techtrends/imec-digimeter/digimeter-2018>
- Jeffries, A. (2012, 20 oktober). *Collect the WWWorld: attempts to archive the internet through art*. Geraadpleegd van <https://www.theverge.com/2012/10/20/3528242/collect-the-wwwworld-internet-art-archive>
- Kestemont, E. (2019, 18 september). *Taboob sluit af met expo tegen borstkanker*. Geraadpleegd van <https://weekend.knack.be/lifestyle/maatschappij/taboob-sluit-af-met-expo-tegen-borstkanker/article-normal-1510995.html>
- Kunstbus. (2016, 1 januari). *Appropriation Art*. Geraadpleegd van <https://www.kunstbus.nl/kunst/appropriation-art.html>
- Walraet, D. (2014, 4 augustus). *Objet Trouw: .* Geraadpleegd van <https://www.apache.be/2014/08/04/objet-trouve/>
- Zabłudowicz Collection. (2017, juni). *Keith Tyson*. Geraadpleegd van <https://www.zabłudowiczcollection.com/displays/view/keith-tyson>
- Zeiba, D. (2019, 1 november). *The Wrong gets online exhibitions right*. Geraadpleegd van <https://archpaper.com/2019/11/the-wrong-gets-online-exhibitions-right/>
- 019. (2019). *Sharon Van Overmeiren: Pop Cycles*. Geraadpleegd van <https://019-ghent.org/billboards/pop-cycles/>