

## **15 mei 2018: MNX18 over 'De perfecte wereld!'**

### **Spoken word column Benjamin Fro**

Voordat ik hier kon staan om jullie dit verhaal te vertellen moest ik mezelf afvragen wat 'media' betekent. Media zijn efficiënter geworden en één ontwikkeling waar de media geruisloos in zijn meegegaan is de individualisering van de samenleving. Waar de media met de opkomst van radio en televisie nog de verbindende factor vormden die een deel van de functie van religie op zich namen hebben wij ons in samenwerking met onze media gediversifieerd. In 1882 kwam Friedrich Nietzsche tot een omstreden conclusie: God is dood. Hij probeerde te zeggen dat God was vervangen door een ander geloof, een geloof in de onnipotente wetenschap en technologie. Nu is het 2018, we hebben lang geleden al moeten concluderen dat ook Nietzsche de dood heeft gevonden. Als we kijken naar de verkiezing van Trump, het hardnekkige klimaatscepticisme, de Brexit en de terugkeer van rassenleer in alledaagse gesprekken moeten we concluderen dat ook de wetenschap haar leven niet meer zeker is. In een zogenaamde 'post-truth society' kan het lijken alsof de maatschappij stuurloos is geraakt. Het woord stuurloos is in de laatste zin geen toevallige keuze. De media zijn, vanaf het juiste perspectief bekeken, namelijk een transportmiddel waarmee onze verhalen zich verspreiden.

Waar Thersippos volgens de legende zijn leven verloor nadat hij van Marathon naar Athene rende om te vertellen dat de oorlog gewonnen was, hoeven wij niet eens meer naar de winkel te rennen om te horen dat het bloedvergieten nog niet achter ons ligt. Onze telefoon wordt, als we voor 21:00 uur bestellen nog de volgende dag bij ons thuis bezorgd. Er is veel veranderd in de sector die de zorg draagt voor het transport van onze verhalen. Er zijn ook dingen die opvallend weinig geweld is aangedaan door het verstrijken van de tijd. Het gesproken woord was het eerste middel dat onze gedachten vervoerde en uit het feit dat ik ben gevraagd om hier vanavond te staan blijkt dat het gesproken woord nog steeds een geliefd transportmiddel is.

Het op schrift stellen van deze gesproken verhalen maakte het transport ervan tweevoudig gemakkelijker. Niet alleen zijn geschreven verhalen makkelijker te verplaatsen door de ruimte, ook het reizen door de tijd werd eenvoudiger gemaakt. De uitvinding van de drukpers in China en later in Oostenrijk maakte het mogelijk om verhalen te reproduceren waardoor het nog makkelijker werd om een boodschap te verspreiden. Langzaam maar zeker vormden verschillende instituties een weggennet waarover verhalen kleine en grote afstanden aflegden op weg naar een luisterend oor.

De weg die het verhaal daarvoor moest afleggen is onverminderd lang. En hoewel het schrift ons in staat heeft gesteld om onze verhalen over veel grotere afstanden en tijden te versturen, lopen we nog steeds het risico dat onze verhalen in hun reis geweld wordt aangedaan. Zo kan een bericht gemuteerd en beschadigd bij haar einddoel aankomen en lopen wij het risico verkeerd begrepen te worden.

Met de opkomst van radio, fotografie, film en televisie maakten onze verhalen opnieuw een enorme sprong in mobiliteit en zo stapten wij over van regiobussen op het landelijke spoornetwerk. Vergeet uw vooronderstellingen niet uit te checken als u overstapt op een andere vervoerder. Verschillende vervoerders hanteren namelijk verschillende prijzen en de afstand die u met een bepaald saldo kunt afleggen is volledig afhankelijk van de mate

waarin het medium in staat is uw verhaal van de ene naar de andere plek over te brengen. Het produceren van een film is nou eenmaal vaak duurder dan het schrijven van een boek. De opkomst van de massamedia zorgde ervoor dat we als samenleving steeds meer gebruik maakten van ditzelfde openbare vervoersmiddel om verhalen over te brengen en tot ons te nemen. Het zou naïef zijn om te veronderstellen dat onze koers hierdoor niet is gewijzigd. De massamedia waren kort in staat om de troost en verbinding te bieden waar na de dood van God om werd gevraagd. De technologie waar Nietzsche zijn geloof in plaatste, was echter lang niet even vatbaar voor de schreeuw om verbinding als voor het stille verlangen van individualisering. Dit heeft een reden die ik later in deze rede zal verhelderen. De opkomst van het internet maakte het transport en de reproductie van verhalen nog vele malen efficiënter. Opnieuw moeten wij opmerken dat de nieuwe vorm van transport voor bepaalde verhalen geschikter was dan voor andere en het vervoer van onze verhalen kreeg een nieuwe betaalmethode. Waar vroeger werd geschreven voor goedkeuring van een redactie, schrijven we nu voor de emoji's en voor de reacties. We stapten uit de trein en sprongen in de taxi waar de reis wordt beoordeeld op de hoeveelheid interactie. Zo werd ons vervoer ook nog meer een attractie. Dat er onder de motorkap van onze telefoon een beeld van ons wordt opgetekend waarmee de taxichauffeur ons de beste hotel-aanbevelingen kan geven, lijkt ons niet uit te maken.

Waar gaan we naartoe, en waar komen we vandaan zijn de vragen die in ons geheugen zijn blijven staan. De transportsector staat inmiddels oog in oog met een probleem. De brandstof die we gebruiken om materie van A naar B te brengen is schadelijk voor de planeet. Wij kunnen onszelf niet meer op dezelfde manier blijven verplaatsen omdat we de plaatsen waar we naartoe willen met onze transportwijze schade toebrengen.

Het is 2018 en het wordt zo langzamerhand tijd om ons af te vragen of de brandstof die onze media gebruiken om ideeën te vervoeren wel geschikt is voor de toekomst. De brandstoffen zijn onze emoties en we staan wat dat betreft ook in de media voor een crisis. De brandstoffen die ons op efficiënte wijze door de wereld hebben verplaatst, hebben de wereld ook schade toegebracht en in de media is angst nog steeds de meest effectieve brandstof. Angst motiveert tot handelen en reproduceren van het idee. Het gebruik van angst als brandstof voor het transport van onze ideeën heeft er echter voor gezorgd dat verhalen die ons angst inboezemen vaker hun einddoel bereiken dan de verhalen die ons hoop geven. Verhalen die ons een angstaanjagend wereldbeeld voorschotelen zijn efficiënter dan verhalen die een waarachtig beeld scheppen. Verhalen die wantrouwen opwekken zijn effectievere motivators dan verhalen die vertrouwen inspireren. Zo is het gekomen dat we ons steeds onveiliger voelen in een steeds veiligere wereld. Dat we ons steeds eenzamer voelen in een wereld waarin we op steeds meer manieren met elkaar verbonden zijn.

Waar de transportsector voor de uitdaging staat om een klimaatcrisis te ontwijken staat de media voor de uitdaging om deze menselijke crisis op te lossen. In beide gevallen zijn we ons er op een rationeel niveau van bewust dat dit aan de hand is, maar ontbreekt het aan emotionele urgentie om er wat aan te doen. In beide gevallen staan we voor dezelfde uitdaging. En hoewel God er niet meer is om ons op onze imperfecties te wijzen, is de technologie daar nog steeds pijnlijk effectief toe in staat.