

VOORWOORD

‘Wat ik vertel is de geschiedenis van de volgende twee eeuwen. Ik beschrijf wat komt, wat niet meer anders komen kan: *de opkomst van het nihilisme*. Die geschiedenis kan nu al verteld worden: want de noodzakelijkheid zelf is hier aan het werk. Deze toekomst spreekt al uit honderd tekenen, dit noodlot kondigt zich overal aan; voor deze muziek van de toekomst zijn alle oren reeds gespitst.’

We zijn een kleine honderdvijftig jaar verder sinds Friedrich Nietzsche deze voorspelling, terug te vinden in zijn *Nagelaten fragmenten*, aan het papier toevertrouwde. Ergens gedurende de tweede eeuw van het door Nietzsche aangekondigde noodlot, verklaarde de Nederlandse socioloog Johan Goudsblom, auteur van *Nihilisme en cultuur*: ‘We hebben allemaal op een bepaalde

manier wel een tik van de nihilistische molen.’ Ik herlas Goudsbloms werk begin 2017, juist op het moment dat een twitterend ‘blond beest’ met uitgesproken nihilistische trekken het Witte Huis betrad, en besepte eens te meer hoezeer onze digitale conditie de nihilistische dynamiek, in het geval van Trump de totale onverschilligheid ten aanzien van de waarheid of de moraal, op scherp zet. Daar is dit pamflettistisch essay de uiteindelijke weerslag van.

Ik heb de pen niet ter hand genomen met de bedoeling om een cultuurpessimistische donderpreek te houden, maar juist als een poging om onze eigen demonen onder ogen te komen. Door inzicht te verschaffen in iets wat in de westerse cultuur huist – en dus in ons – ontstaat er ruimte om er een verstandhouding mee aan te gaan. Dat maakt *Wij nihilisten* tot zowel een wrange spiegel als een vrolijke aansporing om de tik van de nihilistische molen tot eigen voordeel aan te wenden. Het masker van oude hersenschimmen verwijderen teneinde nieuwe levensmogelijkheden te ontdekken en te ontginnen; dat is volgens mij de opgave waarvoor het denken zich gesteld ziet. Met dit essay wil ik aan die opgave tegemoetkomen.

Aanknopingspunt hiervoor is de ervaringswereld van de voorhoede van het informatietijdperk: de computer nerd. Deze benaming staat voor een hoogopgeleide beroepsgroep, een ‘virtuele klasse’ van computerwetenschappers, systeembouwers en game-ontwikkelaars, die erin geslaagd is om in zeer korte tijd de dominante cul-

tuurkracht te worden. Sinds de introductie van de iPhone in 2007 door Steve Jobs, die je gerust het icoon van de virtuele klasse mag noemen, zijn diensten als WhatsApp, Instagram, Snapchat of de cloud niet meer weg te denken. Dat is een prestatie van formaat, die meteen een vraag oproept die te weinig gesteld wordt: hoe heeft de tech-elite het voor elkaar gekregen om in krap vijftien jaar tijd een omgeving te creëren die voor de meeste mensen als een tweede huid aanvoelt? Het voorlopige antwoord luidt: omdat de wereld die zij ons voorspiegelen en voorschotelen, de door ons gewenste wereld is; omdat hun ambities en dromen in wezen de onze zijn. Anders gezegd: wat de nerd ambieert is wat de gemiddelde schermmens ambieert.

Om deze veronderstelling te staven, zal ik een autopsie op de ziel van de nerd verrichten, op wat hem beweegt en in gang houdt. Zo'n onderzoek is dus tevens een vorm van zelfonderzoek naar het waarom van onze collectieve digitale bekering, een bekering die onze levensinrichting in minder dan een generatie tijd rigoureus veranderd heeft en die, als de futuristische toekomstplannen van de virtuele elite bewaarheid worden, ons toekomstige leven in al zijn facetten radicaal op z'n kop zal zetten. Hoe sciencefictionachtig die plannen soms ook aandoen, gezien de inventiviteit en doortastendheid van de tech-voorhoede is niet uit te sluiten dat wat vandaag nog voor onhaalbaar doorgaat morgen binnen handbereik ligt.

Drijfveren in het vizier krijgen en zo nauwkeurig mogelijk adresseren wat er op het spel staat, is des te urgen-

ter nu de fundamentele gebreken van ons digitale onderkomen, zoals de dataverdienmodellen, de filterbubbels en de almacht van een handjevol tech-titanen, meer en meer hun destructieve sporen achterlaten in de analoge wereld. Het internet in het algemeen en sociale media in het bijzonder zijn radicaliseringsmachines, waarvan de ontwrichtende uitwerking op de samenleving – de ondermijning van de democratie, de toegenomen polarisatie, virtueel gaande samenzweringstheorieën – meer vergt dan strengere wetgeving of rake systeemkritiek. Net als bij de klimaatcrisis moet er een niet te onderschatten vraag beantwoord worden: wat is onze bijdrage aan en verantwoordelijkheid voor het vergiftigde leefklimaat van de digitoop?

In dit essay zal ik, leunend op Nietzsches pregnante cultuuranalyse, betogen dat we niet zozeer met een techniekprobleem opgezaald zitten – althans niet primair – maar met een mensenprobleem, of, zo men wil: met een culturele opgave.

In de afgelopen jaren is mijn overtuiging gegroeid dat de immense uitdagingen die in het verschiet liggen, zoals de naderende klimaatcatastrofe, de post-coronaherstelwerkzaamheden en het bestrijden van ongelijkheid, pas tot een goed einde te brengen zijn wanneer het venster waardoor we de wereld bezien – het net – hersteld is en we ons, in meer algemene zin, kritisch bezinnen op onze relatie met technologie. De datamens is verzeild geraakt in een ‘fabeltjesfuik’, zoals cabaretier Arjen Lubach de huidige online-realiteit treffend typeerde, en weet niet

hoe hieruit los te komen. Allicht: we zitten verknoopt in een nihilistische kluwen die ik met dit pamflet, dat soms speculatief en associatief van aard is, hoop te ontwarren.

Ten geleide:

HET GEVAL VAN DE LECTOR

Er was eens een lector ‘pr en social media’ die in een *Volkskrant*-interview anno 2019 beweerde dat de Big Brother-realiteit helemaal niet zo erg was omdat we er geen last van zouden hebben, die derhalve negeerde dat juist kwetsbare groepen zoals minderheden en inwoners van achterstandswijken de dupe werden van dataprofilering, die voorbijging aan de manier waarop het gebruik van algoritmen racistische en seksistische vooroordelen versterkte zoals keer op keer uit onderzoek bleek, die bovendien kritiekloos het inmiddels sleets geworden Silicon Valley-narratief napraatte dat tech de wereld ‘veiliger en mooier’ maakte, die zweeg over hoe de verspreiding van nepnieuws en het virtueel rondzingen van complottheorieën en online-haatcampagnes de democratie ondermijnden en de sociale cohesie van samenlevingen

uithouden, die vervolgens onbekommerd iets te berde bracht over een wereld die ‘kleiner en transparanter’ was geworden en die, als klap op de vuurpijl, geloofde dat het over de heg gooien van onze privacy de ‘best schappelijke prijs’ was voor de googlicering en facebookisering van onze leefwereld.

In een poging mijn drifthuishouding op orde te houden – een vorm van humeurmanagement zoals wijlen Denker des Vaderlands René Gude dat voorstond – probeerde ik na lezing van het bewuste interview mijn gedachten in de onvoltooid verleden tijd te ordenen. Goed nadenken en helder formuleren lukt immers beter wanneer je je emoties op enige afstand houdt. Helaas bleek deze bezweringsformule ontoereikend om mijn passies te kanaliseren. Dat wil zeggen: mijn verontwaardiging won het van mijn impulsbeheersing en ik slingerde een tweet de wereld in:

Surveillancecapitalisme? Helemaal niet erg, want we hebben er geen last van. Te grabbel gooien privégegevens? De best schappelijke prijs die we voor de voordelen betalen. Dixit Piet Hein Coebergh, Lector van de Hogeschool Leiden. Wat. Een. Idioot.

Het berichtje, inclusief link naar het krantenartikel, leverde 35 retweets, 64 likes en een twintigtal instemmende commentaren op, met als apotheose een twistgesprek met de Hogeschool-professor bij het radioprogramma *Met het Oog op Morgen*. Hoewel deze respons mij enige

voldoening schonk – gedeelde verontwaardiging is halve verontwaardiging, zullen we maar zeggen – bleven de uitspraken van de lector door mijn hoofd spoken. Noem me naïef, maar dat de bekleder van een lectoraat ‘pr en social media’, met bijbehorende kennispositie en onderwijsverantwoordelijkheid, zo onkritisch en blijmoedig de loftrumpet stak over de glazen kooi waarin we zijn komen te wonen, vond ik ontvullend. Toen hij tijdens het gesprek bij ‘Het Oog’ ook nog eens verklaarde zijn dochters met zijn smartphone te tracken en zonder een spoor-tje ironie verkondigde hier ‘buitengewoon tevreden’ over te zijn, kostte het me de nodige moeite om mijn geest tussen de boeien van het verstand te houden.

Eens te meer besepte ik hoezeer de tech-industrie ons het afgelopen decennium heeft weten te verleiden om de voorwaarden van de Big Brother-realiteit te accepteren, en eens te meer realiseerde ik me hoe bereidwillig de meesten van ons zich hebben *laten* verleiden. Het is misschien een wat banale constatering, maar voor het leeuwendeel van de gebruikers weegt het gemak, comfort en plezier dat zoekmachines, slimme speakers en sociale media hun verschaft zwaarder dan de keerzijden van de surveillancerealiteit. ‘Per saldo worden we er blijer dan verdrietiger van’, in de woorden van Coebergh.

Een dergelijke verlies- en winstbenadering, de gedachte dat we onder de streep gelukkiger dan ongelukkiger worden van het internet, heeft zeggingskracht voor het onderwerp van dit essay. Ze verraadt namelijk een sterke voorkeur voor een ethisch ideaal dat, veelal im-

pliciet, als leidraad geldt voor ons denken en doen in cyber-utopische sferen, te weten: het utilisme. Cynisch geformuleerd: de *homo digitalis mobilis* heeft het utilistische ‘grootste geluk voor het grootste aantal mensen’-principe verinnerlijkt, zoekt dit geluk in gebruikersgemak, frictieloosheid, snelheid en efficiency, gelooft dat deze doelen alle digitale middelen heiligen, en heeft zo onwillekeurig de tech-clausule geaccepteerd dat de ongebreidelde en oncontroleerbare macht van Big Tech, het gif dat de trollenfabrieken verspreiden, de vestiging van de *post truth*-samenleving, en de manier waarop dit alles de democratie ontwricht en het onderlinge wantrouwen tussen burgers aanjaagt, ‘de best schappelijke prijs’ is voor al het moois en nuttigs dat bedrijven als Google en Facebook met hun producten en diensten in de aanbieding hebben.

Hét archetype dat aan deze utilistische gelukscalculi beantwoordt, is door Friedrich Nietzsche in *Aldus sprak Zarathoestra* ten tonele gevoerd:

Ziet! ik toon u de *laatste mens*. ‘Wat is liefde? Wat is schepping? Wat is verlangen?’ – zo vraagt de laatste mens en knipoogt. Dan is de aarde klein geworden en op haar hipt de laatste mens, die alles klein maakt. Zijn geslacht is onuitroeibaar gelijk de aardvlo; de laatste mens leeft het langst. (...) Een beetje gif af en toe: dat geeft zoete dromen. En veel gif ten slotte, om zacht te sterven. (...) Men heeft zijn pretje voor de dag en zijn pretje voor de nacht; maar men eert de

gezondheid. ‘We hebben het geluk ontdekt’ – zeggen de laatste mensen en knipogen.

Het beeld dat Nietzsche hier oproept, is dat van een mens die nog wel ervaringen wil opdoen, mits ze maar geen pijn veroorzaken of risico’s met zich meebrengen en zolang ze maar bijdragen aan de vermeerdering van zijn persoonlijk levensgeluk. Dit menstype consumeert en amuseert zich een slag in de rondte, zonder nog ergens werkelijk in te geloven; het belichaamt een decadent en uitgeblust levensgevoel en staat voor een dreiging die Nietzsche onafwendbaar achtte: de komst van het nihilisme.

Dat nihilisme heeft verschillende gezichten – van cynische hardvochtigheid tot aan decadente pafferigheid, van een actieve tot een passieve variant – maar is volgens Nietzsche onvermijdelijk omdat na de teloorgang van het religieuze denken een sluimerende zingevingscrisis is ontstaan. Er ontbreekt een duidelijk doel, een antwoord op de vraag waartoe het leven dient. De moraal moet het voortaan zonder afzender stellen, waarden en normen zijn in het luchtledige komen te hangen en verliezen hun samensmedende vermogen. Maar deze bodemloosheid, dit grote niets (*nihil*), is onleefbaar. De mens zal, nu de oude absolute waarheden hebben afgedaan, nieuwe ficties in het leven roepen en onvermoeibaar naar manieren zoeken om de zinledigheid leefbaar te maken. Hoe? Niet door zélf waardenscheppend te worden – het christendom heeft, aldus Nietzsche, dat vermogen afgestompt en

ons in volgzame, makke schaapjes getransformeerd, oftewel: in passieve nihilisten – maar door nieuwe afgoden te omarmen, die het gevoel van een morele leegte moeten compenseren. De meest beminde daarvan luistert naar de archaische naam *technè*: een vorm van praktische kennis met de belofte dat we zélf in goden kunnen veranderen.

Na de dood van God zijn we in ‘laatste mensen’ veranderd, voor wie veiligheid, gezondheid en de optimalisering van geluk en gemak de belangrijkste waarden zijn geworden. In tijden van vergaande technologisering leidt dit passief-nihilistische ethos tot de opvatting dat technologie elke denkbare plooi glad kan strijken en voor elk probleem een oplossing biedt – ook wel technosolutionisme genoemd. Denk hierbij aan bestuurders die overijld een #appathon beleggen ter bestrijding van een pandemie of aan zogeheten ecomodernisten, die menen dat met meer technologie, zoals meer kernenergie of nog intensievere landbouw, de klimaatcrisis te bezweren valt. Algemener gesteld: in het tijdsgewricht van Big Data beleeft het dataïstische geloof dat het leven in getallen te vatten en met spreadsheets te managen is, zijn finest hour en bloeit het maakbaarheidsgeloof als nooit tevoren. Na God en de Grote Verhalen is het nu de techniek die als maatgevend narratief en richtsnoer voor het handelen dienstdoet. Dit is bij uitstek een reflex die past bij laatste mensen voor wie de behoefte aan een heiland als een slagschaduw over hun doen en laten hangt.

‘We staan erbij en we kijken ernaar... en we staan erbij en we kijken ernaar,’ verzuchtte dichter en journalist Wim Brands toen hij me begin 2015 interviewde naar aanleiding van het verschijnen van mijn boek *Het digitale proletariaat*. Daarin betoogde ik dat het hele menselijk bewustzijn tot handelswaar werd gereduceerd door de grootdatabezitters van Silicon Valley. Die analyse vond destijds veel weerklank, al was het maar omdat Edward Snowden met zijn onthullingen in 2013 de geesten rijp had gemaakt voor een kritischer geluid over de zegeningen van de informatiesamenleving. Hoewel de tech-elite, grofweg sinds 2013, steeds verder in het defensief is gedrongen en hun techno-utopische retoriek veel van haar geloofwaardigheid heeft verloren, is Brands’ verzuchting nog altijd actueel. Van het slimme machine-universum, met zijn onbegrensde mogelijkheden en genoeglijkheden, gaat onverkort een hypnotiserende werking uit die het gros van de mensheid bijziend maakt voor de bijkomstige schade die deze machinerie genereert.

Sterker nog, de coronacrisis lijkt deze hypnotische toestand te verdiepen. Tech-bedrijven grijpen de crisis aan om hun grip op politiek, bestuur en onderwijs te versterken. Zo heeft voormalig Google-CEO Eric Schmidt, die als grootaandeelhouder van het moederbedrijf van de zoekgigant, Alphabet, nog steeds een flinke vinger in de pap heeft, de leiding gekregen over een commissie die de staat New York moet klaarstomen voor het post-coronatijdperk. Over wat dat inhoudt liet hij weinig misverstand bestaan: ‘De eerste prioriteiten van wat we op

het oog hebben, zijn gericht op tele-geneeskunde, leren op afstand en breedband (...). We moeten zoeken naar oplossingen die nu mogelijk zijn en versneld kunnen worden, en technologie gebruiken om dingen beter te maken.' Behalve Google heeft ook een tech-multinational als Amazon lucratieve contracten weten af te sluiten met de regeringen van Australië en Canada, respectievelijk om de gegevens van een controversiële corona-app op te slaan en om medische apparatuur te leveren. En grote, datahongerige 'edutechs' als Microsoft en Facebook dringen steeds verder het klaslokaal binnen door hun coronabestendige onderwijstechnologieën, waar de bijbehorende 'Silicon Valley'-hervormingsideologie van 'hybride' onderwijs in versleuteld zit, gratis aan te bieden. Opgejut door een virus zijn we een grootschalig publiek-privaat experiment ingerommeld, dat ons in rap tempo naar een *no touch*-toekomst voert. In een vlamvend essay in het online-magazine *The Intercept* spreekt de Canadese schrijver en activist Naomi Klein in dit verband over een 'Screen New Deal'.

Nog altijd staan we erbij en kijken we ernaar, misschien iets alerter dan een paar jaar terug, maar ondertussen vermaakt de datamens zich onverminderd met memes, internetfitties en wezenloos geblader door virtuele plaatjesboeken, terwijl zijn data hem tussen de swipe vingers doorglippen. Het leven in de tredmolen van links, likes en shares bekoort en verpoost, terwijl het evengoed uitput, opjaagt en polariseert. De cyberspace-ganger viert zijn persoonlijke vrijheid als het hoogste

goed en tegelijkertijd laat hij zich in een digitaal keurslijf persen; hij onderwerpt zich vrijwillig aan de dwang van sturende algoritmen, die hem categoriseren en standaardiseren en die zijn vrijheid en kritische vermogens juist inperken. Met de mond belijdt hij zijn recht op zelfbeschikking, met zijn surfgedrag fungeert hij als bouwstof voor almachtige en dataslurpende tech-reuzen. Hij geeft hoog op van zijn individualiteit en persoonlijkheid, maar ziet er geen been in deze slaafs uit te leveren aan socialemediaplatforms, een industrietak die het individu aan de voorkant in een voorgefabriceerde mal perst, om het aan de achterkant als een digitale eenheidsworst eruit te laten rollen.

In dit essay zal ik deze paradoxen proberen te onttraadselen door me te richten op het browsende dier dat, op de keper beschouwd, de digitale tredmolen in gang houdt. Want als het zo is dat het internet stuk is, maar dat 'we' het kunnen repareren, zoals internetpionier Marleen Stikker in haar boek *Het internet is stuk* betoogt, dan is het nodig nog nadrukkelijker de aard en het gedrag van dat 'we' erbij te betrekken. Om te achterhalen door welke krachten wij, de infanteristen van het informatietijdperk, in beweging blijven, moeten we onder de oppervlakte van de geïnformatiseerde werkelijkheid kijken en de in veel opzichten giftige toestand van de digitale infrastructuur als voortbrengsel zien van een culturele ontwikkeling waar het genetwerkte voetvolk zowel het product als de aanjager van is.

De populaire internetkritiek richt haar pijlen terecht

op de boemannen van het informatietijdperk: de datahamsteraars en privacyschenders. Maar ondertussen is ze te beschroomd geweest om het culturele leidmotief – de pijnscheut die nihilisme heet – dat zich achter de snelle zegetocht van de gedataficeerde smartphone-mens schuilhoudt, te adresseren en te ontrafelen. Hierdoor is er een blinde vlek in het techniekdebat ontstaan. Vanzelfsprekend moet de blik indringend gericht blijven op de tredmolen zelf – dat wil zeggen: systeemkritiek op het techno-industriële complex blijft noodzakelijk – en uiteraard is het van belang dat er nagedacht wordt over manieren om ethiek een centrale plek te geven in het ontwerpproces van nieuwe technologieën, zoals de *ethics by design*-beweging beoogt. Maar voor een volledig beeld van wat er in onze digitoop gaande is en hoe we daar terecht zijn gekomen, is meer zicht nodig op de subjectieve beweegredenen van de doorsneegebruiker van TikTok of Google Assistent. Dat een socialemedia-app als TikTok zo succesvol is en een digitale butler als Google Assistent zo gewild, kan niet los worden gezien van de culturele context waarbinnen dergelijke producten gedijen en geaccepteerd worden. Er is, met andere woorden, een bepaalde gemeenschappelijke mentaliteit voor nodig. Die mentaliteit (of geestestoestand) heeft Nietzsche met zijn notie van de ‘laatste mens’ gediagnosticeerd en is uitermate relevant voor de hier te bespreken thematiek. Je zou zelfs kunnen zeggen dat de bijtende cultuurkritiek van de ‘filosoof met de hamer’, de denker die de grondslagen voor heersende ideeën aan diggelen sloeg en die

zichzelf als arts van de cultuur beschouwde, actueler is dan ooit sinds er een virus rondwaart dat genotzuchtige ‘laatste mensen’ de stuipen op het lijf jaagt. De gemene gluiperd SARS-COV-2 voert ons – voor wie ziek worden als zondig geldt, aldus Nietzsche – in versnelde pas richting een technocratische en volledig geautomatiseerde heilstaat.

In *Wij nihilisten* zal ik die technocratische verleiding daar situeren waar die thuishoort: bij ons. De inhoud van Nietzsches dokterstas leent zich goed voor grondig zelfonderzoek én ter diagnosticering van een wereld die, zeker na de schok van een pandemie, tastbaar in al haar voegen kraakt en waar het virus van de vertwijfeling vrijelijk rondwaart. Mogelijkerwijs heeft de ‘gevaarlijke denker’ een kuur voorhanden waarmee de post-coronamens zijn voordeel kan doen.

Alvorens aan die mogelijke kuur toe te komen, is het raadzaam de ontwikkelingsgeschiedenis en de huidige leefomstandigheden van de patiënt in kaart te brengen. Omdat de mens een technologisch geconditioneerd dier is – alle menselijke verworvenheden zijn uiteindelijk technologische verworvenheden – voltrek ik die analyse aan de hand van diegenen die zich soeverein hebben betoond in het technologisch conditioneren van de mensheid: de hedendaagse tech-elite. In het eerste deel, *Welkom in Nerdistan*, maken we kennis met de leefwereld van deze elite en belicht ik hun soms wonderlijke ambities en motieven. Daarna, in *Het nihilisme van de nerd*, zal ik die ambities en motieven duiden door ze in verband

te brengen met het nihilistische vraagstuk. Het derde deel, *Opstandigheid tegen het menselijke bestaan*, staat in het teken van een kritische reflectie hierop aan de hand van drie frappante verschijningsvormen van dat nihilisme. Die reflectie maakt vervolgens de weg vrij naar de uitleiding – *Het gevecht met onze innerlijke nerd* – waarin ik een levenslustige vrijheidskuur tegen nihilistische aanvechtingen suggereer.

Willen we Nietzsches aansporing dat we ‘onze eigen arts’ moeten zijn ter hand nemen, dan is (zelf)inzicht geboden. Dat begint bij een kritisch digitaal bewustzijn, in casu het besef dat, zoals ik in het navolgende zal betogen, de digitale revolutie in wezen een nihilistische revolutie is. Zonder bewustzijnsverandering – dat wil zeggen: een alternatieve kijk op de zaak – is verandering onmogelijk. Om te voorkomen dat de datarevolutie haar eigen kinderen opeet, is een blik op haar culturele grondtrekken dan ook essentieel. Dat is de inzet van dit essay.