

Het logo van onze beschaving is nu mens-toetsenbord-scherf



Beeld ANP XTRA

The Game

Alessandro Baricco

Vertaald door Manon Smits

Uitgeverij De Bezige Bij, 336 blz. € 24,99

★★★★☆

[Tanny Dobbelaar](#) 22 mei 2019, 22:03

De schrijver

De Italiaanse filosoof, schrijver, theater- en muzikant Alessandro Baricco (1958) werd internationaal bekend door 'De barbaren', waarin hij de voordelen bezingt van onze huidige oppervlakkige cultuur en van het verlies aan culturele elite. 'The Game' beschouwt hij als een vervolg op 'De barbaren'.

Waar gaat het boek over?

Baricco's driejarige zoon ziet in de krant een kleurrijk plaatje. Met zijn wijsvinger probeert hij de foto te swipen. Er gebeurt niets. Dan spreidt hij langzaam zijn duim en wijsvinger terwijl hij ze op het plaatje drukt, alsof hij wil inzoomen. Dat mislukt ook. "Toen bleef hij een tijdje verbijsterd naar die starheid staren, en ik wist dat hij de nederlaag vaststelde van een hele beschaving, mijn beschaving", schrijft Alessandro Baricco.

Deze anekdote had gepast in een pessimistisch of nostalgisch betoog over verlies van de analoge cultuur, maar *The Game* heeft juist een opgewekte, vaak verwonderde toon. In trefzekere zinnen schetst Baricco de geschiedenis van de digitalisering, die in korte tijd een nevenwereld naast de fysieke heeft opgebouwd.

Deze nevenwereld, die bij Baricco *the Game* heet, heeft vele vertrouwde zaken uit de oude wereld gedematerialiseerd. De brief, de telefoon en zelfs het tandwiel kennen we nu nog voornamelijk als icoontjes voor apps die onze handelingen sturen: communiceren met Whatsapp, muziek luisteren door Spotify, flirten via Tinder.

Wat voor geestesgesteldheid heeft deze digitale revolutie op gang gebracht? Dat is de gamende geest: een die via het tafelvoetbalspel en de flipperkast is uitgekomen bij *Space Invaders*, een digitaal spel dat het spelen dynamischer en vloeibaarder maakte. Deze gamende geesten hadden een utopie voor ogen, een wereld voor kinderen die graag worden afgeleid.

DE OPVOLGER VAN *DE BARBAREN*

THE GAME



ALESSANDRO
BARICCO

Beeld rv

In feite is the Game gebaseerd op die kinderlijke neigingen. Die biedt mensen immers een speelveld dat past bij hun instincten, hun verlangen naar lichtheid, snelheid en gemak en hun afkeer van leermeesters (lees: de elite). Daarbij heeft de digitale wereld geleerd van voorgangers als de supermarkt en budgetvliegen, waar verlies aan kwaliteit ook wordt gecompenseerd door flexibiliteit en gemak. Zo bevat muziek in mp3-formaat minder klankkleur, maar het comfort van luisteren via oortjes waar je maar wil, weegt daar kennelijk tegenop.

Het logo van onze beschaving is nu mens-toetsenbord-scherm, constateert Baricco, en hij analyseert de gevolgen van deze transformatie voor onze beschaving. Een daarvan is 'massa-individualiteit'. The Game laat alleen maar single players (vertaald als enkelspelers) toe. Sociale lagen verdwijnen. Mensen profileren zich voornamelijk als individu. Zelfs de paus twittert!

Redenen om dit boek niet te lezen

The Game analyseert moderne ervaringen met digitaal leven in een pakkende, luchtige, mij soms te luchtige stijl. Tussenzinnetjes als "ik denk dat ik maar eens een biertje ga opentrekken" moeten de lezer herinneren aan het bestaan van de fysieke wereld naast die van de lezer en de schrijver.

Even didactisch bedoeld zijn kennelijk de stortvloed aan metaforen, een lay-out voor lezers die zich maar kort kunnen concentreren en tekeningen die de structuur van zijn argumenten illustreren. Soms klinkt Baricco koket: "Ja, ik ben nogal zelf-referentieel: nou en?"

Tip: een degelijker analyse van de gevolgen van digitalisering voor onze economie en democratie is het gratis downloadbare 'De platformsamenleving. Strijd om publiek waarden in een online wereld', van mediawetenschappers José van Dijck, Thomas Poell en Martijn de Waal. Deze auteurs laten beter zien hoe wij ons kunnen wapenen tegen de intimidatie van platforms als Facebook en Google.

Redenen om dit boek wel te lezen

Baricco beschrijft indringend hoe snel apparaten onze ervaringen hebben veranderd. Ga maar na: Blackberry, de eerste generatie smartphone, kwam pas in 2003 op de markt. Die delfde het onderspit alweer in 2016, toen iedereen al vastgeplakt leek aan zijn smartphone, zoals decennia eerder aan een sigaret.

Interessant vond ik de suggestie dat de smartphone zo aantrekkelijk is, omdat het leven zelf vaak tekortschiet. De smartphone bewerkt onze ervaringen via filters en apps, totdat ze aan onze verwachtingen voldoen. Pas dan zijn ze mooi genoeg om er zelf in te geloven.