

MEDIAMATIC

art & media

WINTER 1991

住友銀行

第一勧銀

地下鉄堺筋線長堀駅

堺筋

御堂筋

長堀橋筋

プラザビル

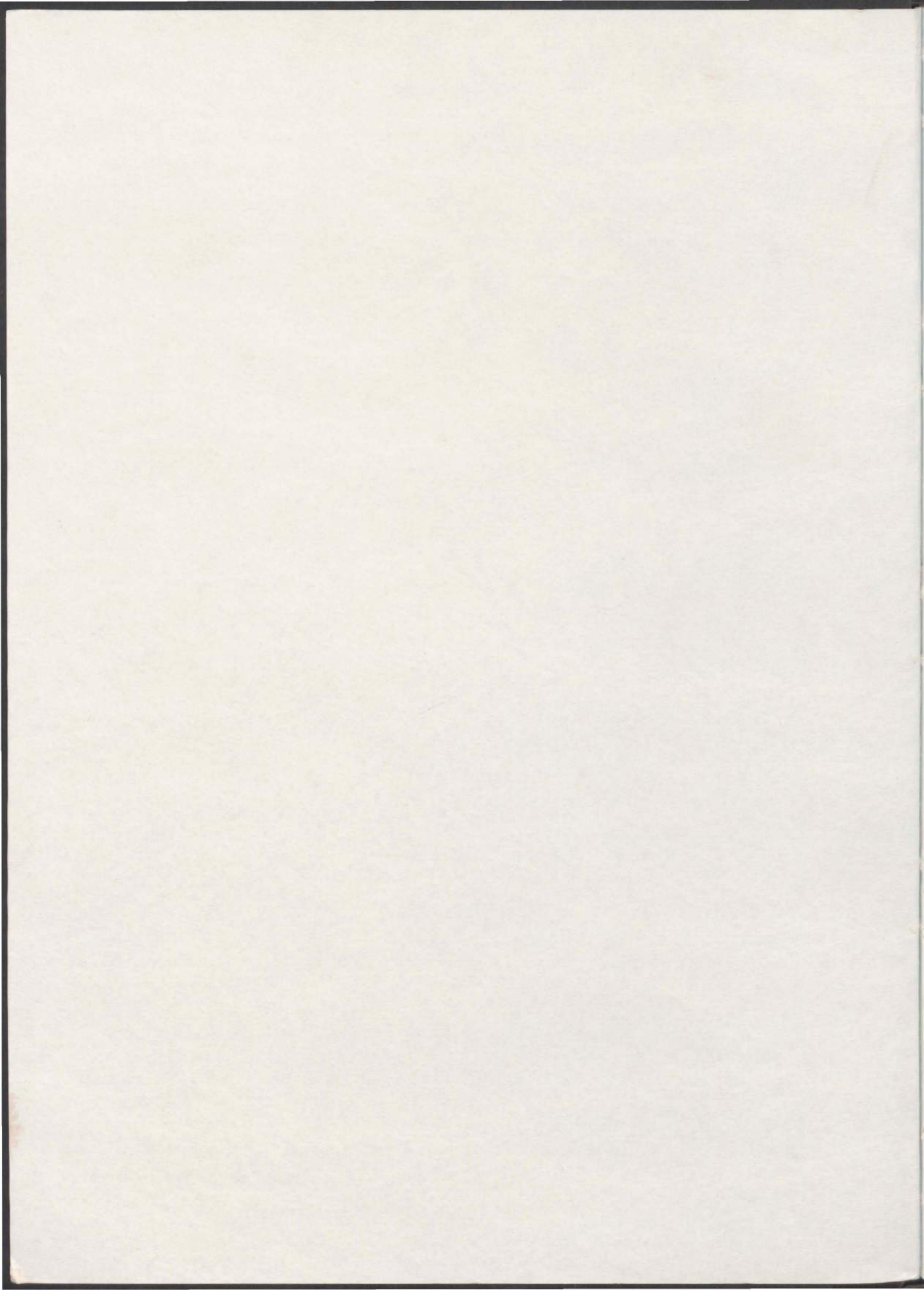
地下鉄御堂筋線
心斎橋駅



オタク

OTAKU

(Radical Boredom)



オタク

- 182 ALFRED BIRNBAUM *Fexy Facts*
188 GERALD VAN DER KAAP *For the People: Everybody*
197 VOLKER GRASSMUCK *Otaku*
221 JORINDE SEYDEL *Shrink!*
226 MARIJN VAN DER JAGT *House*
230 BILWET *Normale Media*
231 PAUL GROOT *Cézanne's Cataract*
236 PAUL GROOT *In a Vacuum of Meanings*
237 ADILKNO *Normal Media*
238 ROB PERRÉE *Water Video*
241 SONJA SNOEK *Visual Culture as Alibi*
245 LEX WOUTERLOOT *Le Monde Diplomatique*
247 DIRK VAN WEELDEN *Ars Electronica*
249 GEERT LOVINK *Theorie der Neuen Medien*
251 MAURICE NIO *Mondo 2000*
253 EVELINE LUBBERS *Von Bürokratie zur Telekratie*
255 GEERT LOVINK *Television/Revolution*
257 IJSBRAND VAN VELEN *What a Wonderful World*
259 WIM NIJENHUIS *L'Inertie Polaire*
262 ERRKI HUHTAMO *Interview Ann Kaplan*
264 BILL HERRIGAN *Rocking around the Clock*

265 CALENDAR
268 COLOPHON

DEC-25-1990 18.00 FROM: CALIGULA NETWORK TO: 013120263793 P.03



PAGINA 182

Mediamatic

VOL 5 # 4

F E X Y F A C T S

just when you thought it was safe to leave the machine on all night



☛ SURELY EVERYONE BY NOW IS WELL ACQUAINTED WITH THE I-TOLD-YOU-NOT-TO-CALL-ME-HERE CELLULAR PHONE AND INSTANT-ERASE ELECTRONIC PERSONAL ORGANISER AND OTHER WONDERS OF POSTINDUSTRIAL LIVING. YOU MIGHT EVEN HAVE BEEN ASKING YOURSELF, WHAT'LL THEY THINK OF NEXT? — MAGIC WORDS TO R & D DEPARTMENTS EVERYWHERE.

LOOK NO FURTHER: THE HANDHELD COPIER WITH FAX MODEM PERIPHERAL HAS ARRIVED LEAVE IT TO THE JAPANESE — THIS IS IT!

☛ Marketed earlier this year, *The Tokyo Woman's FAX*² is dainty enough to slip into the career woman's handbag - so the promotional brochures suggest - but a much better slogan would have been: *Anywhere the hand can go, the FAX can go!*

Think of the possibilities. And be assured, whatever you can think of, someone else has thought of it, too: Anywhere the FAX can go, it's already been - and it hasn't transmitted home to Mother either.

Welcome to the world of FAX-Sex - FAX, for short. All-over licktronics and telecaresses. McLuhan vindicated at last: The medium really is the massage.

Our FAX life has always been a good part nocturnal, as anyone who

has ever been awakened at 3AM by an urgent FAX communiqué from 13 timezones away around the globe can tell you. (Getting up in the middle of the night and trying to decipher a page of blips and streaks surely ranks with *The Losing of the Filofax* as a new Jungian archetypal situation) Now that FAX machines are proliferating and the chances of receiving *wrongnumber FAXES* increases commensurately, however, we can look forward to waking up to find whole rolls of liquilinear FAX spewed out across the floor: *liptonquediipnecknipplefingernipplenavel-pubis..* all skewed and stretched in continuous scrolls, suitable for papering your walls or wrapping presents. Ah, can you hear it? The mating call of the FAXES!

19 SEPT 1990, SAITAMA, JAPAN
In what appears to be yet another instance of *nuisance telecommunications*, Mrs. Taeko Hattori (32) received a 25 minute (10 metre) FAX from an unidentified sender during the night at her home in KitaUrawa. Mrs. Hattori, who was asleep at the time, discovered the prank after sending her two children off to school in the morning and immediately reported the prank to the Urawa City police, who referred her complaint to Nippon Telephone and Telegraph.

According to NTT sources, reportings of FAX-related problems have risen significantly over the last two months, perhaps due to cost reductions in off-hour message-unit rates during the *Obon* vacation season, a period that also corresponds

PAGE 183

Mediamatic

VOL 5 # 4

1 Inappropriate Technology.

2 The Fuji-Xerox FAX Sharaku[™] consists of the main Sharaku III[™] unit, an ergonomic lump of designer plastic that houses a small A6 (w104mm) non-grayscale scanner and thermotransfer printer, and the detachable Sharaku FA1[™] base, a black box that communicates via telephone lines to standard G3 FAX machines or other Sharaku FAXS at a rate of 60 sec./page. The FAX Sharaku can both send and receive transmissions, its A6 signals automatically resized to A4 and vice-versa (As a copier, the Sharaku III can reduce and enlarge 50-200%). The FAX Sharaku is also a

net toen je dacht 'm rustig de hele nacht aan te kunnen laten



IEDEREEN IS INTUSSEN WEL BEKEND MET DE 'K-HEB-JE-ZO-GEZEGD-ME-HIER-NIET-TE-BELLEN DRAAGBARE TELEFOON EN DE INSTANT-WIS ELEKTRONISCHE AGENDA EN ANDERE MIRAKELS VAN HET POSTINDUSTRIËLE LEVEN. MISSCHIEN HEBT U ZICH ZELFS AFGEVRAAGD, WAT ZE NOG MÉÉR GAAN VERZINNEN.

DIE VRAAG IS WEDEROM BEANTWOORD: DE DRAAGBARE KOPIEËERDER MET FAXMODEM-HULPSTUK IS GEBOREN. LAAT DAT MAAR AAN DE JAPANNERS OVER — THIS IS IT.¹

2 De Fuji-Xerox FAX Sharaku™ bestaat uit de centrale Sharaku III™ eenheid, een brok ergonomisch plastic waarin een kleine A6 non-grijstonen scanner en een thermische printer, en een losse Sharaku FAX™ base, een zwarte doos die via telefoonlijnen communiceert met standaard G3 FAX-machines en andere Sharaku FAX-S; dit met een snelheid van 1 pagina/ minuut. De Sharaku-FAX kan zowel versturen als ontvangen, zijn A6 signalen automatisch vergrotend tot A4 en omgekeerd. (als kopieërmachine kan de Sharaku III 50-200% verkleinen en vergroten) De FAX-Sharaku stimuleert tevens onze manuele vaardigheden: al het scannen en printen wordt met de hand gedaan

PAGINA 184

Mediamatic

VOL 5 # 4

door het apparaat over het te scannen of te bedrukken oppervlak te laten glijden. (inderdaad; het ding print op elk oppervlak) Deze tekenachtige handeling moet op de juiste snelheid en netjes recht verricht worden - twee keer, zowel bij printen als bij scannen - anders raakt het resultaat hopeloos vervormd. De Sharaku FAX onthoudt 8 pagina's totdat u klaar bent hem op de Sharaku III aan te sluiten en te gaan zenden, maar het Sharaku III-geheugen wordt al na 8 minuten gewist.

Wie ontwierp dit? Waarom zou iemand zo'n ding willen? Of beter: wáárvoor werd het eigenlijk echt ontworpen?

3 is that a scanner in your pocket or are you just happy to see me?

De eerde dit jaar uitgebrachte Tokyo woman's FAX² is zo geraffineerd dat hij in de handtas van elke carrièrevrouw past, aldus de reclamefolder. Een betere slagzin zou zijn geweest: *Waar je met je vingers bij kunt, daar kun je met je FAX bij.*

Dat biedt perspectieven. Waarbij men natuurlijk niet uit het oog moet verliezen dat hetgeen u kunt bedenken, iemand anders vast al bedacht hééft: *Waar de FAX bij kan, daar was hij ook al en heus niet alleen bij moeder thuis.*

Welkom in de wereld van FAX-sex, kortweg FAX. *Liktronica en telestreling* alom. Eindelijk zegeviert McLuhan: *the medium really is the massage.*

Ons FAX-leven is steeds een grotendeels nachtelijke aangelegenheid geweest. Iedereen die wel eens om drie uur 's nachts gewekt werd door een *dringende fax* van dertien tijdzones ver, zal dit kunnen beamen. (*'s nachts opstaan om een pagina met stoters en strepen te ontcijferen*, dat doorstaat met gemak de vergelijking met *Het verliezen van de Filofax* als nieuw Jungiaans archetypisch angstsyndroom) Dankzij de toenemende verspreiding van FAX-machines en de proportioneel verhoogde kans op een *verkeerd-verbonden-FAX*, verheugen wij ons elke morgen op vinden van rollen schuimende FAX, 's nachts uitgespuugd op de vloer: *liptongtepillipennagelnavelvingervenus*. Schots en scheef op het vel, leent het zich uitstekend als behang- en/of cadeaupapier. Ah,

hoort, hoort! De bronskreet van de FAX!

19 SEPT 1990, SAITAMA, JAPAN
Mevrouw Taeko Hattori (32) ontving 's nachts, thuis, een 25 minuten durende (10 meter) FAX van een onbekende afzender. Duidelijk alweer een vorm van *teleterreur*. Mevrouw Hattori, die op dat moment sliep, ontdekte het kwaad pas nadat ze haar twee kinderen naar school had gestuurd, en deed meteen aangifte bij de Urawa gemeentepolitie. Deze gaf haar klacht door aan de Nippon Telegraaf/Telefoon.

Volgens de NTT zijn de klachten m.b.t. FAX-problemen de laatste twee maanden aanzienlijk toegenomen. Misschien is dit te wijten aan het vrijetijdstarief tijdens het Obon vakantie seizoen. (Deze periode correspondeert tevens met een relatieve toename van het aantal alleenwonenden in Tokio. Veel mensen verlaten in deze tijd hun huizen om familie te bezoeken, of hun vertier elders te vinden)

Men is bezig vast te stellen of mevrouw Hattori specifiek doelwit was, dan wel een lukraak gekozen slachtoffer. Onderzoekers sluiten niet uit dat de dader zich binnen de kennissenkring van de familie Hattori bevindt, en op de hoogte was van het feit dat haar man, dhr. Yuichiro Hattori (36), op zakenreis was. Mevrouw Hattori: *Er schijnt veel storing geweest te zijn. Sommige delen zijn vrij onduidelijk, misschien een slechte verbinding. Kennelijk heeft hij er niet aan gedacht*

de FINE of DARK-modes te gebruiken. Nogal teleurstellend eigenlijk.

Snel, schoon en veilig. Nog niet zo wijd verbreid als de Franse Minitel Rose, de Japanse Terekura 'Teleclubs', Amerikaanse Dial-a-Date of andere telefoonsex-services, heeft FAX op zijn minst het voordeel een *hands-on* medium te zijn, alleen nog niet zo vercommercialiseerd. (*I just call to say I rub you*) FAX is uiterst grafisch - eventueel gefragmenteerd (lekker voor deconstructivististen?) - en het levert *hard copy*.³

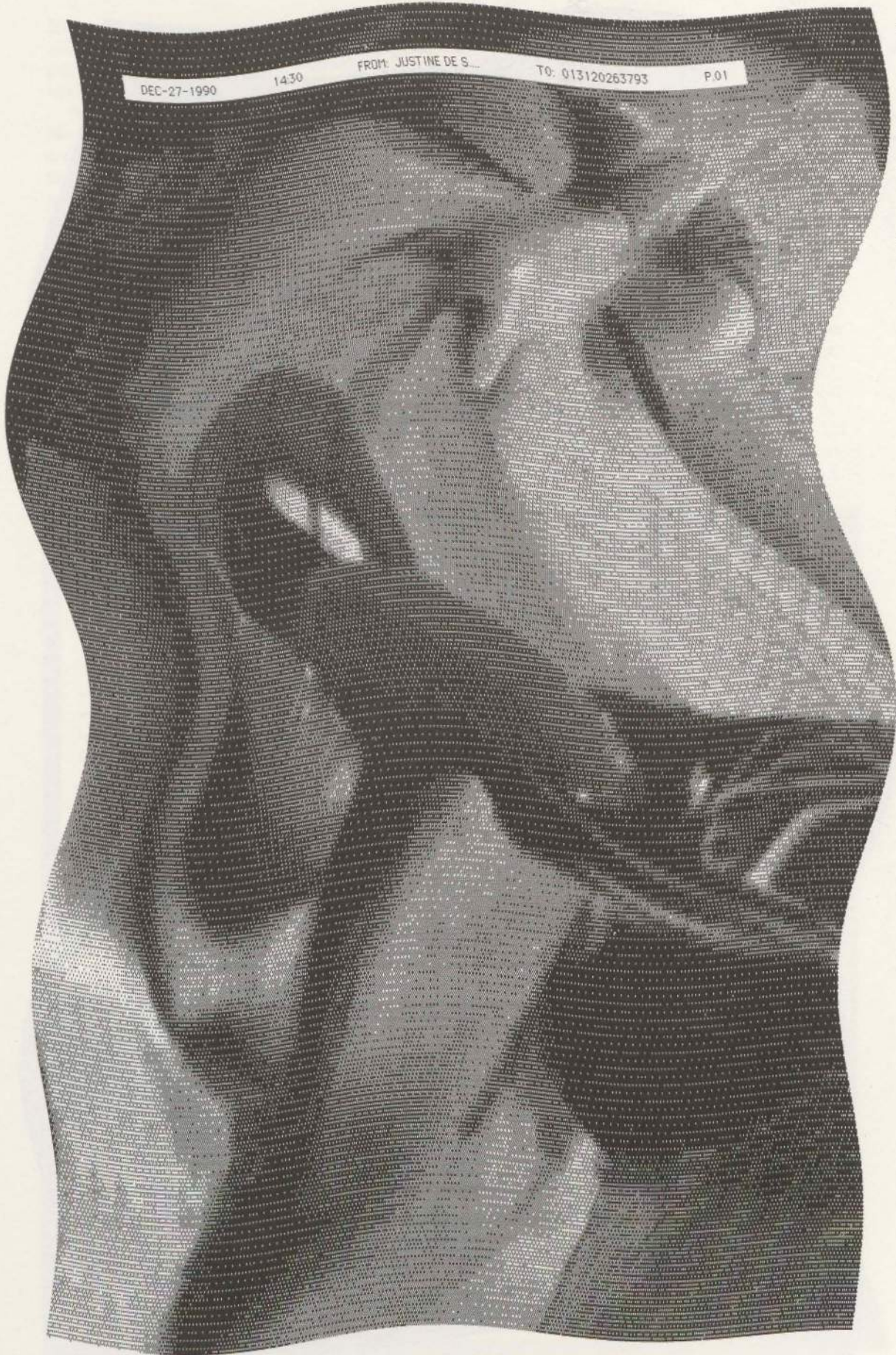
U doet er goed aan alvast te wennen aan het inslaan van eindeloze hoeveelheden FAXpapier, want wie stopt er nou midden in een rol? Toch niet als u net bent opgewarmd tot optimale thermosensiviteit!

Goed, misschien is dit dan wel niet de volgende stap naar uitbreiding van het *cyberbewustzijn* of de verbinding van virtuele zintuiglijke spectra met onze discrete, fysieke receptoren. Gelukkig maar, denk ik. Ondertussen moesten we maar eens proberen kosteloze *technoërotische* vergaderlijnen te bewerkstelligen. Een *phonephreaking* trioetje misschien?

Ten slotte moet nog worden opgemerkt dat, d.m.v. een speciale ROM-board adaptor, de Tokyo woman's fax relaties met bepaalde PC's kan onderhouden. Kunnen we nu, na de AIDS⁴-angst, een groei in de door FAXualiteit overgebrachte computervirussen tegemoet zien?

vertaling STICHTING SIRENE

THE FACTS OF FEX



grip-exercising device: all scanning and printing is manual, done by gliding the main unit over the surface to be scanned or printed on. (That's right, it prints on any surface) This draw-action must be done at just the right speed and alignment - twice if both scanning and printing - or the result is hopelessly distorted. The Sharaku FA1 alone will store up 8 pages of in-coming FAXES until you're ready to hook up the Sharaku m and print out, but the Sharaku m memory can only retain what it's scanned for 8 min. Who designed this thing?

Why would anyone want these features? Or rather, what were these features really designed for?

PAGE 185

Mediamatic

VOL 5 # 4

4 Speciaal ultragevoelig faxpapier met glijmiddel mag dan wat meer kosten, maar als puntje bij paaltje komt, is het elke yen per square inch waard.

5 Artificial Intelligence Designed Stupidity.

DEC-25-1990

02:30

FROM: BRUTUS & BRUND

TO: 013120263793

P.01



PAGINA 186

Mediamatic

VOL 5 # 4

THE FACTS OF FAX

to proportional increases in single occupancy in the Tokyo Metropolitan Area when many leave to visit family or travel abroad.

Police have yet to determine if Mrs. Hattori was specifically targeted or a victim of random dialing. Investigators have not ruled out the possibility that the unidentified transmitter is personally known to Mrs. Hattori and would have known that husband, Mr. Yuichiro Hattori (36) was away on business. Commented Mrs. Hattori: *There looks to have been quite a lot of line noise. Some parts are very indistinct, probably a bad connection. Obviously didn't think to use the fine or dark modes. Rather disappointing, really.*

Instantaneous, clean, safe. While not yet as widespread as French Pink Minitel, Japanese *Terekura* 'Tele-Clubs', American Dial-a-Date or other telephone sex services, FAX at least has the advantage of being a hands-on medium, as yet un-commercialised. (*I just called to say I rub you.*) FAX is exceedingly graphic - if fragmented (a special turn-on for deconstructivists?) - and it delivers hard copy¹. Although you had better get used to, among other things, buying endless quantities of FAX paper², for who ever stopped in the middle of a roll? Not when we've just gotten warmed up to optimum thermosensitivity.

Okay, so maybe this isn't the next step to expanding cyber-consciousness and bridging virtual sensory spectrums between our discrete physical receptors. Just lucky, I guess. Meanwhile, let's see if we can get a discount for a technoerotic conference calls. *Blue box* à trois, anyone?

Lastly, it should be noted that with the addition a special ROMboard adaptor, *The Tokyo Woman's FAX* can also have relations with certain pcs. On top of the AIDS³ scare, will we now be seeing a rise in sexually-transmitted computer viruses?

3 *Is that a scanner in your pocket or are you just happy to see me?*

4 Special ultra-sensitized and lubricated FAX papers may cost a little more, but dot-for-dot they're worth every yen est.

5 Artificial Intelligence Designed Stupidity.

PROPER PLEASURES FOR THE OFFICE AUTOMATION AGE

from M. Hisauchi, *Tadashii Ohentai Bon* (*The Compleat Deviant*), KK Bestsellers: Tokyo, 1988

Last September 2, at a certain clothes pattern design studio in Osaka, there came a FAX bearing an at-first-glance-unidentifiable pictogram. Not two seconds later, the woman who retrieved this FAX was so startled by what she made out on the paper that she dropped it to the floor with a disgusted *Uggh! Hey, what gives?* A co-worker came over to pick up the dropped FAX, only to find, not a clothes pattern, but - there in black-and-white in the middle of the otherwise blank page - an erect cock, veins and all.

Yes, someone had sent a FAX of a male member to their workplace in broad daylight. This caused something of a stir, but - well - the thermojet black veined item had apparently been just a prank, so the whole thing passed with a simple *Disgusting!* Yet a week later it was hairy balls and an arsehole that came through the FAX. So many filthy things showed up, in fact, that they supposedly reported it to the police.

Now, as the design studio was staffed almost entirely by women designers, the police suspected someone in a client firm - a clothing manufacturer perhaps - who would have been familiar with things inside the design studio. Even so, using a company FAX in the daytime? More likely a freelance designer in the same field.

Fine. Leaving the search for the culprit to the police then, we are nonetheless struck by how OA - Office Automation - has at long last come into the hands of the deviant. Nonetheless, it should be noted that the cock and balls were apparently not only quite vivid, but enlarged to two times normal size. (Of course, whilst cocks do vary individually in size and there no doubt are those do possess such horse prods, but it seems highly unlikely that anyone has balls as huge as those of the folkloric Shigaraki *tamiki* 'badger-dog'.) Hence, it would appear that the items were first placed directly

on a photocopier and enlarged before FAX transmission. Fundamentally, such prank FAXing constitutes a form of exposure fetishism, much the same as the man who would take polaroids of his member and slip them in among the products sold at the supermarket. What's different is the means and the receiving end. The very notion of a cock making its own way to an office - and over telephone lines to issue forth from advanced electronic equipment at that - is innovative to say the least. Certainly the one imagining the reaction of the woman receiving it on the other end would enjoy yet a different pleasure from it.

The design studio later received another two transmissions in the form of reproductions from porno magazines - and thereafter, never again. For despite the *subtle difference*, it would seem that transmitting to a workplace just didn't cut it, not like transmitting to a single woman's apartment - there's a time and a place for everything, and sometimes you can't really can't milk much more abuse from a good thing.

This holds for true for the sender and the receiver, but what's to stop a third party from getting into the act? Say, two do the sending and one does the receiving; that is, the two on the sending end engage in s&m.

The woman is tied up and positioned astraddle a photocopier for a little close-up exploration. The repro is then waved in front of her nose, saying, *Watch carefully! I'm going to send this unretouched copy of yours to your office. I'm going to show your twat to tens, to hundreds of men.* And before her very eyes, you feed it into the fax machine.

Guaranteed good safe fun, insofar as one prank FAX of a twat sent looks pretty much like any other. Yet just as surely, the document will get seen and shown - guaranteed to electrify the woman's passions.

PAGE 187

Mediamatic

VOL 5 # 4

illustrations:
HUDA ABI FARÈS

PAGINA 188

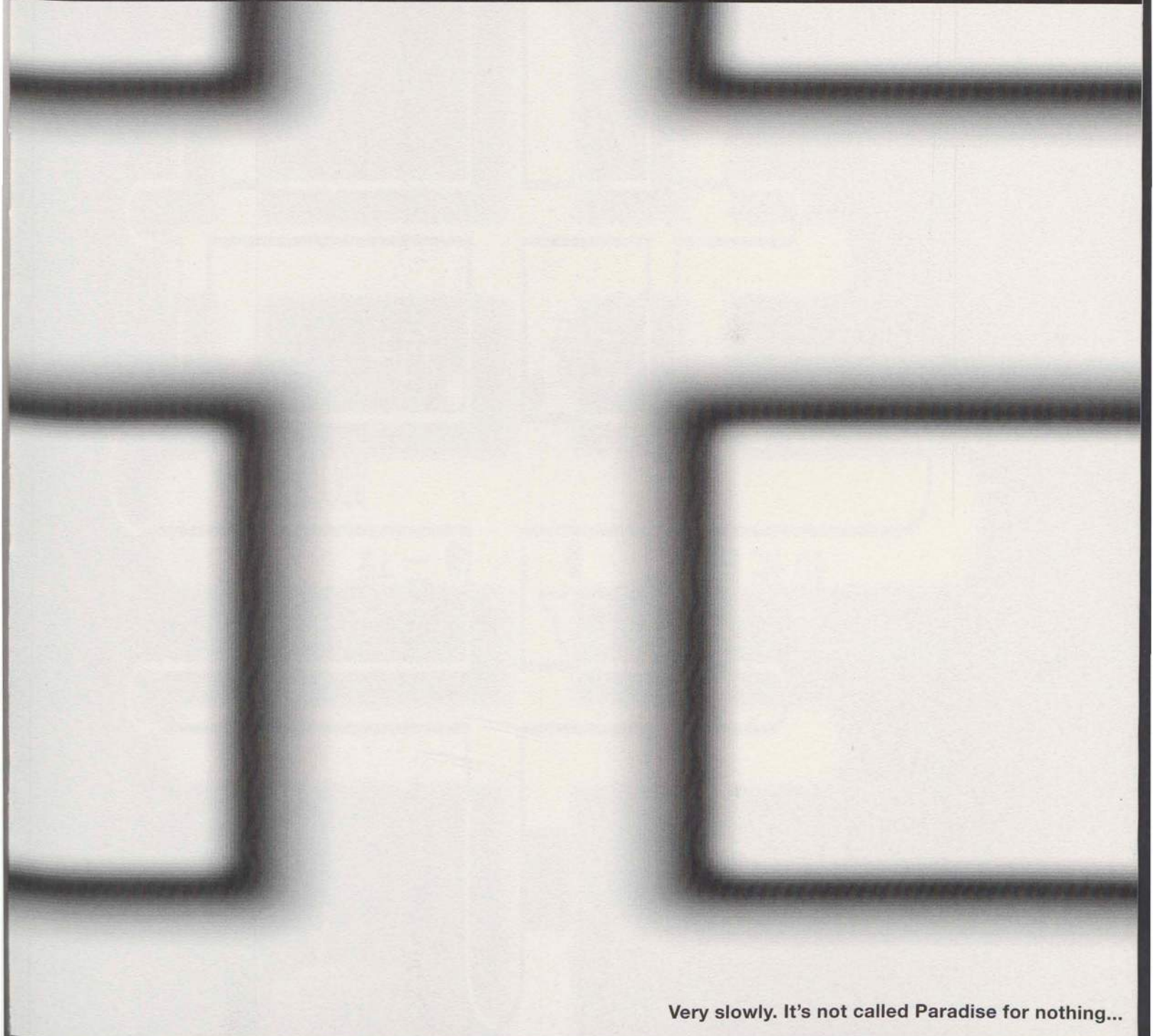
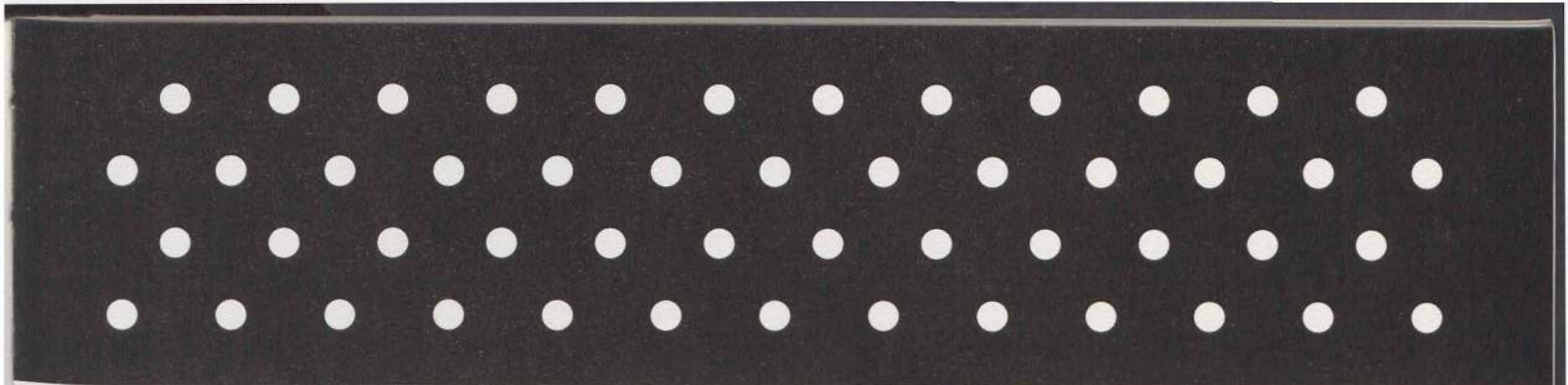
Mediamatic

VOL 5 #4

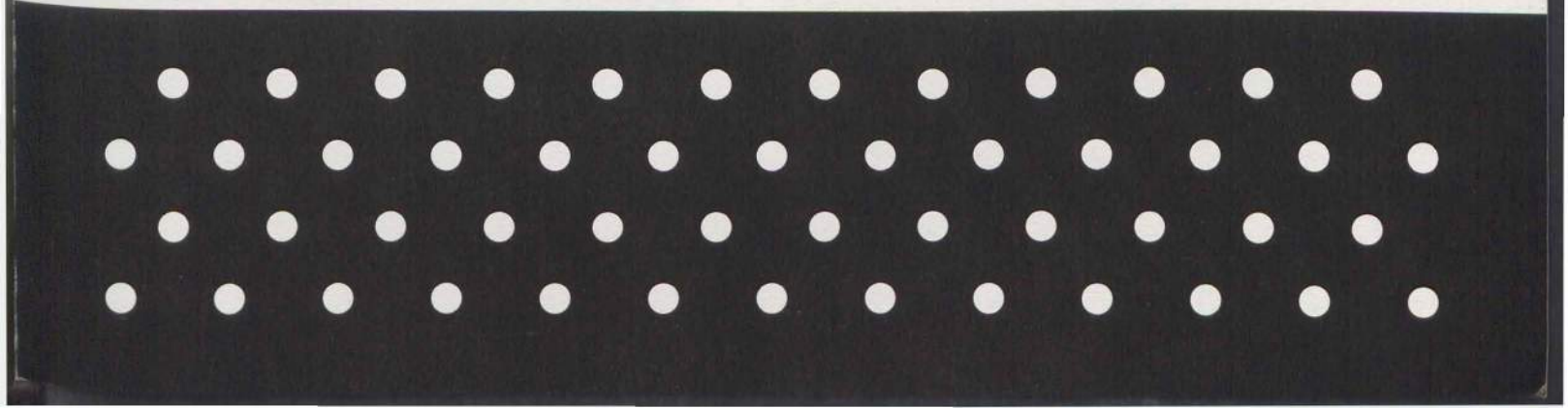


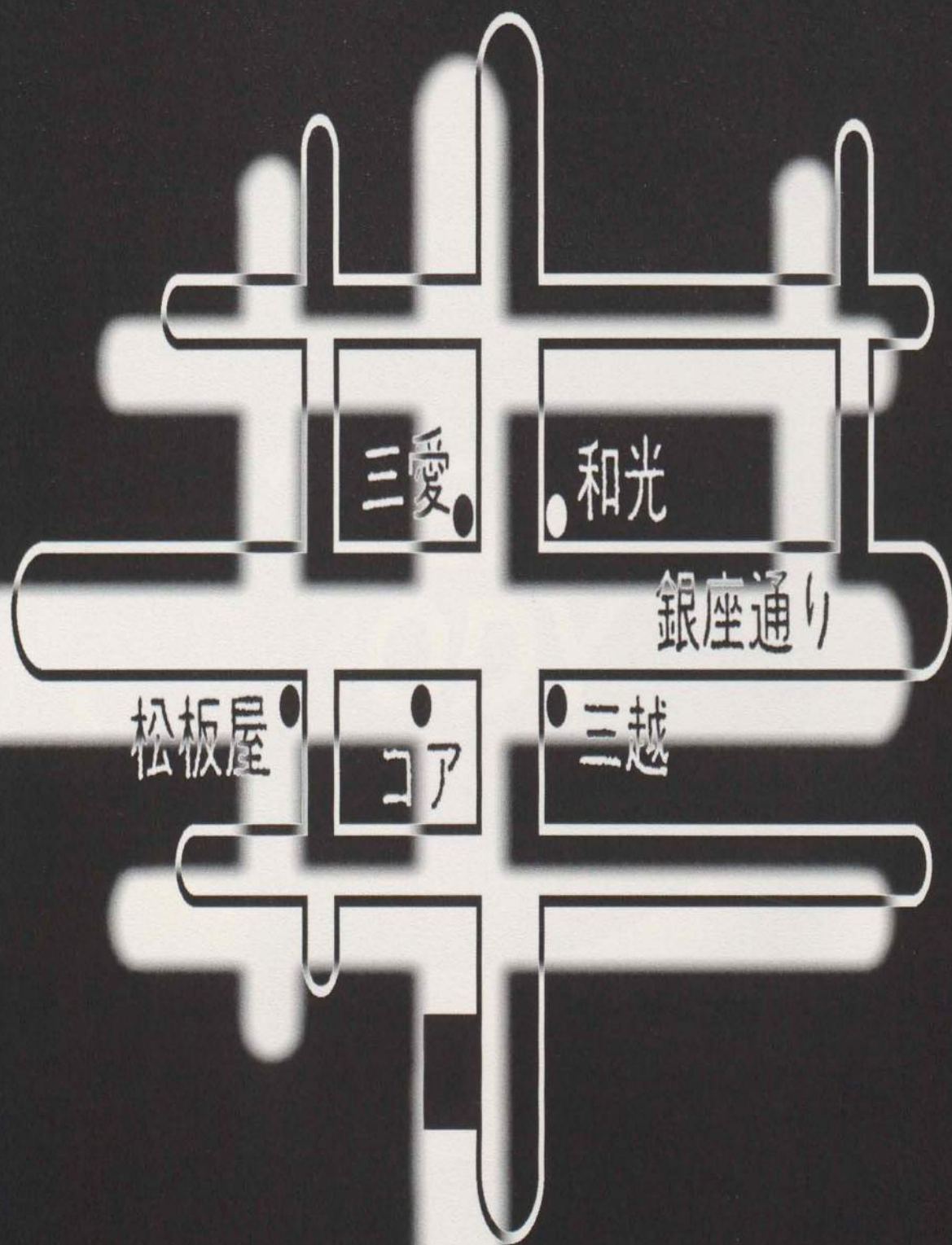
EVERY BODY

MADE FOR FLOATING



Very slowly. It's not called Paradise for nothing...





三愛

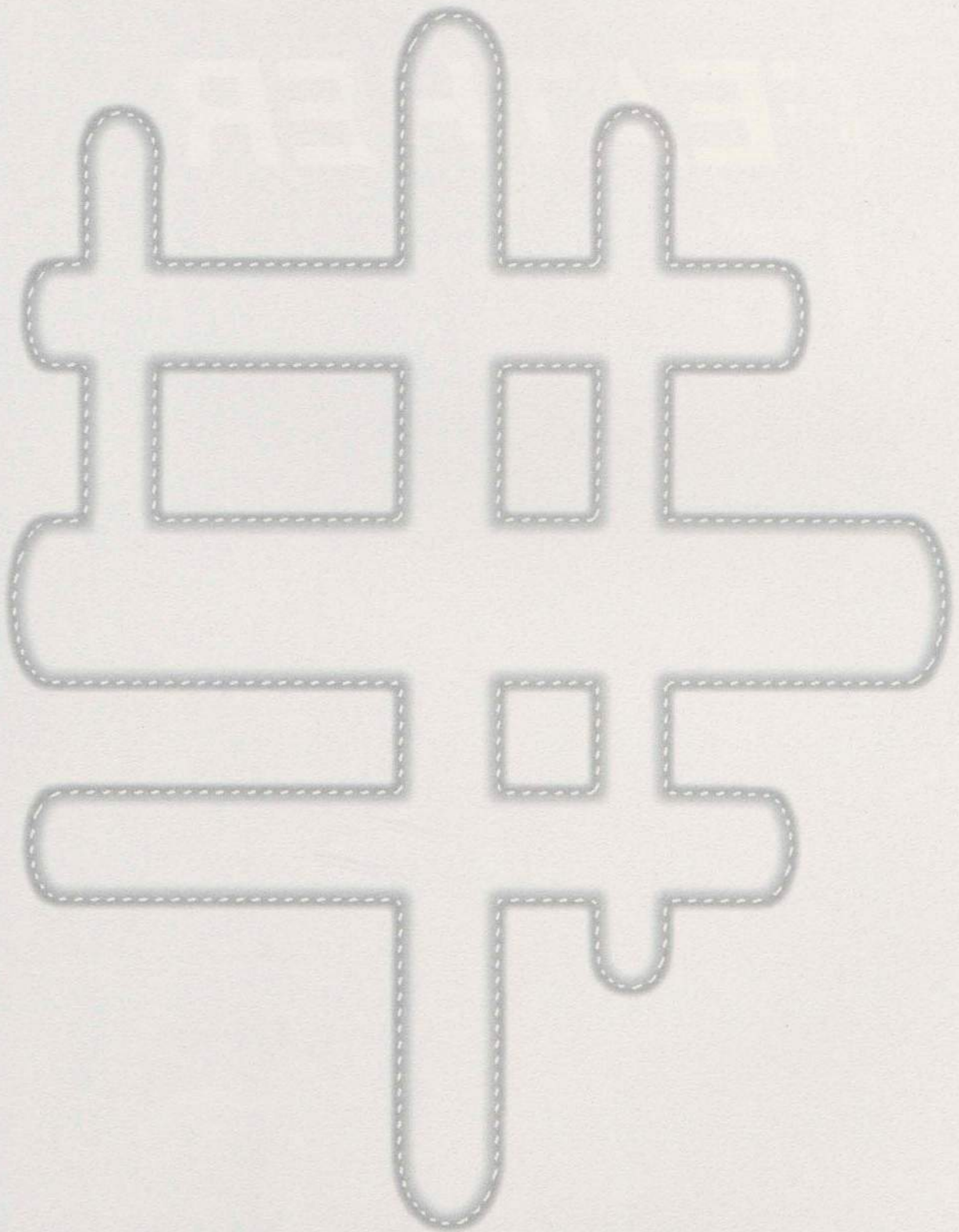
和光

銀座通り

松板屋

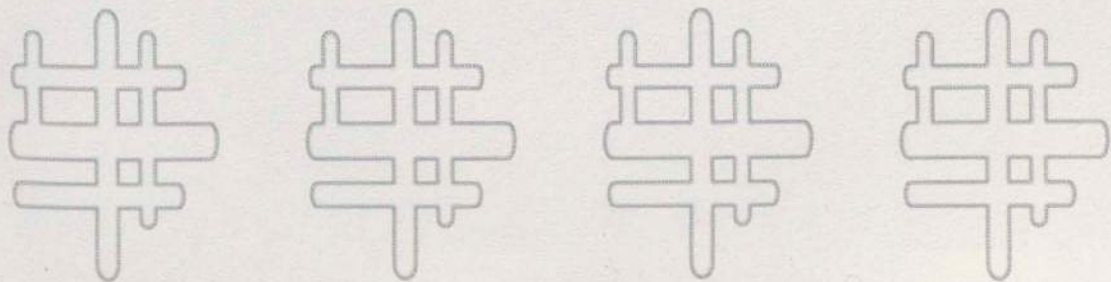
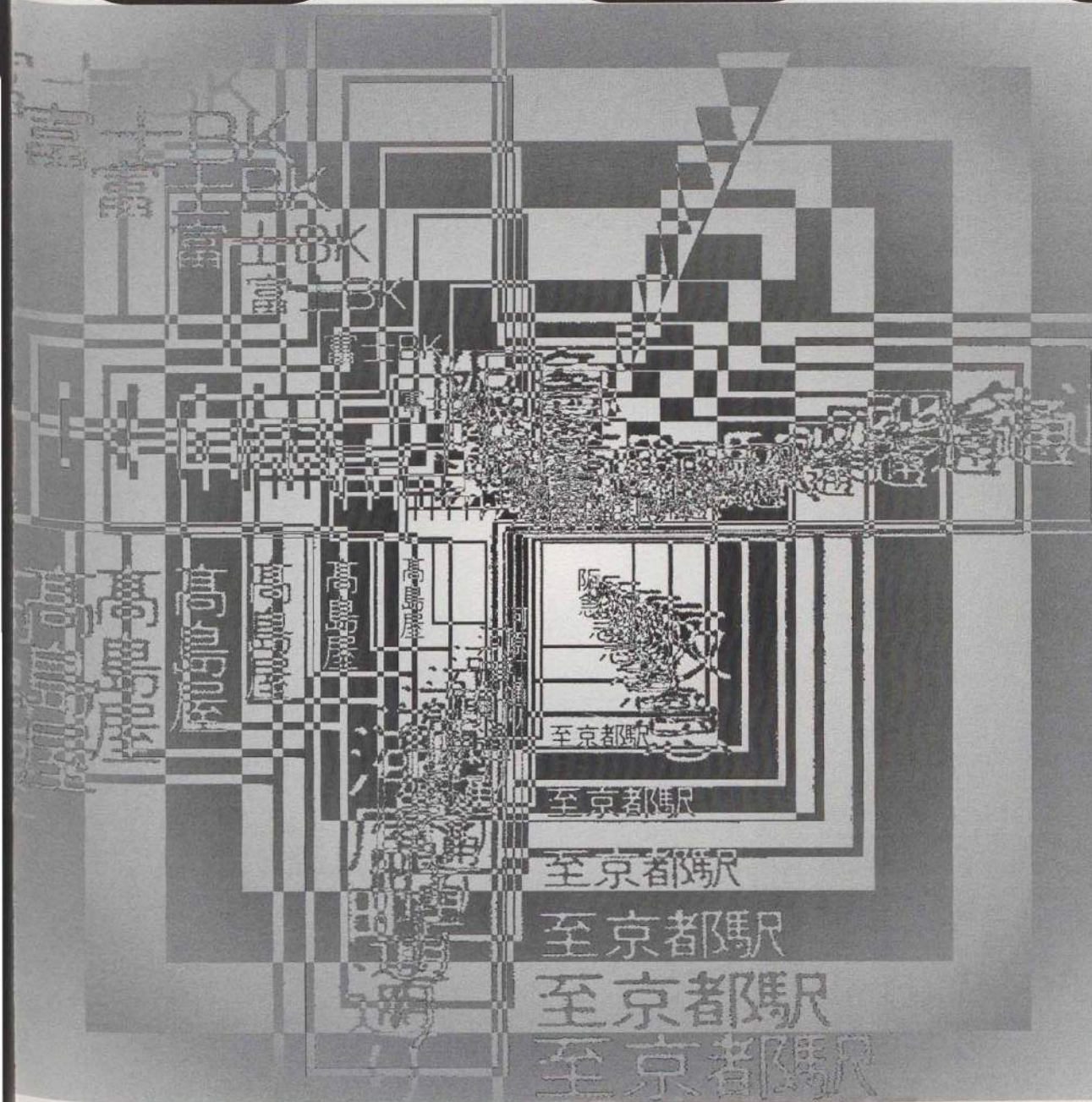
コア

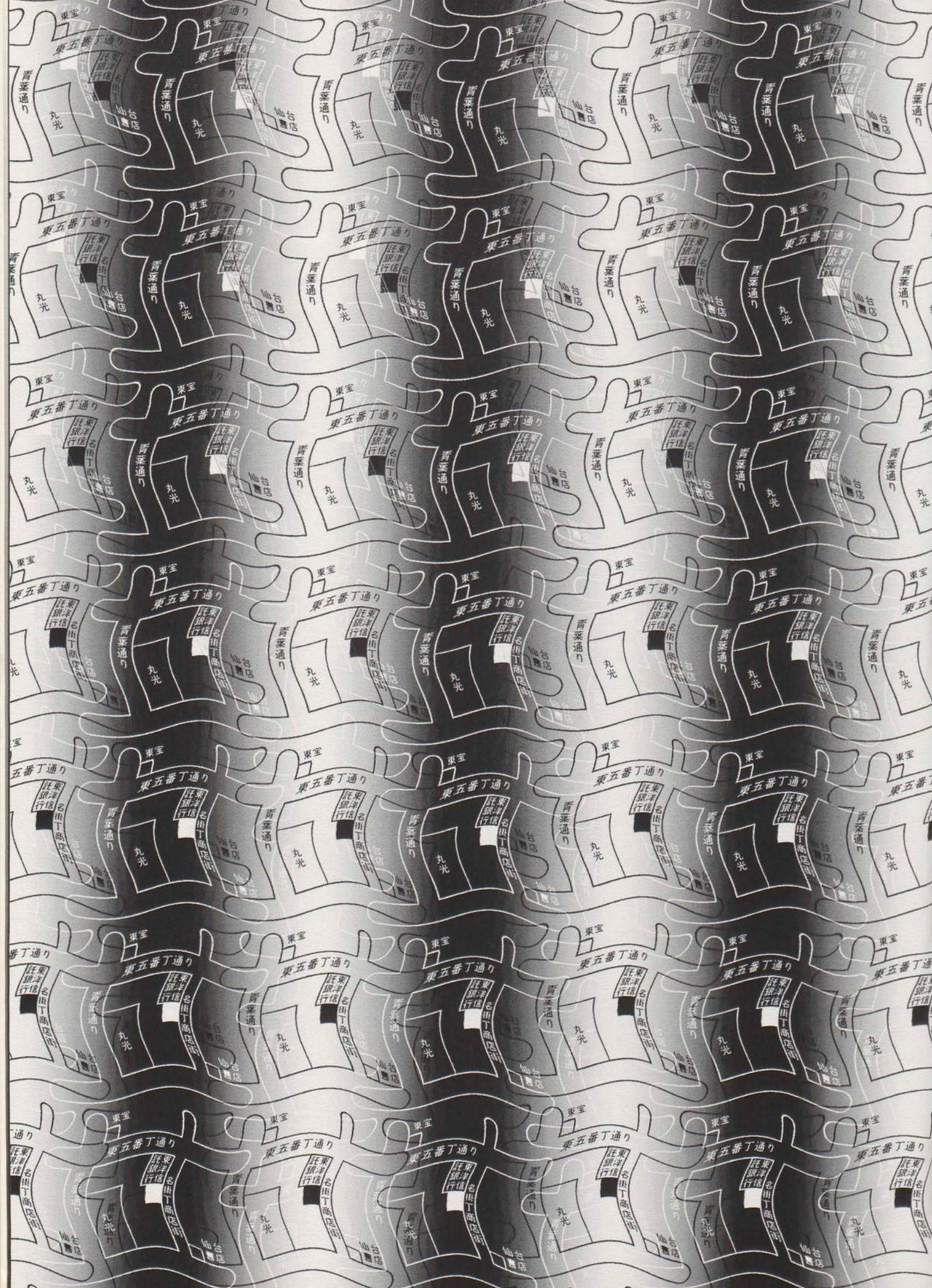
三越

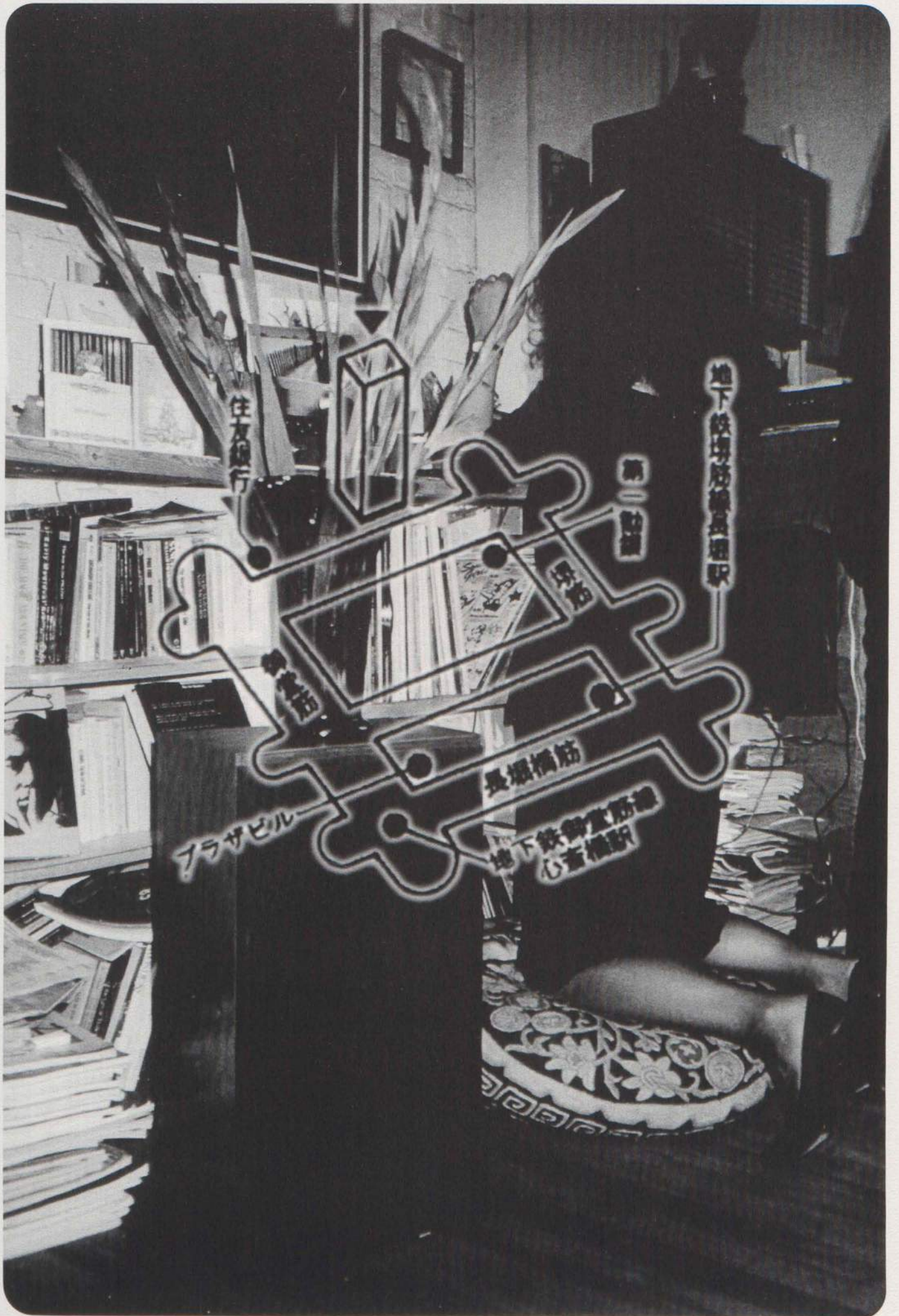


***FEATHER
IT.***

GERALD VAN DER KAAP - Mediamatic MCMXCI







住友銀行

地下鉄有楽町線長堀駅

第二公園

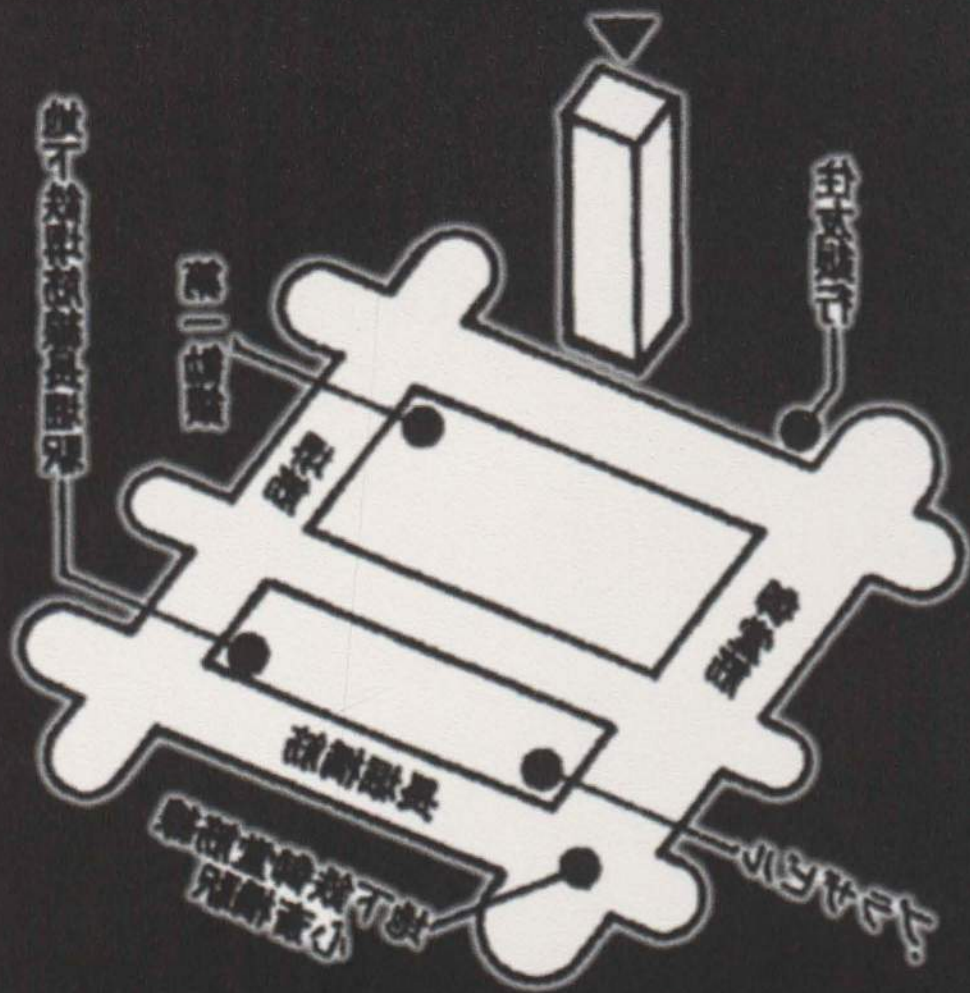
安田

長堀橋

長堀橋站

プラザビル

地下鉄御堂筋線心斎橋駅



OTAKU

Japanese Kids colonize the Realm of Information and Media

オタク

DE OPKOMST VAN DE OTAKU-GENERATIE IS EEN VAN DE MEEST MARKANTE FENOMENEN IN HET HUIDIGE JAPAN. IN HET VORIGE NUMMER VAN *MEDIAMATIC* (VOLUME 5#3) MAAKTE GABIN ITOH, REDACTEUR VAN HET JAPANESE TIJDSCHRIFT *LOG IN*, REEDS MELDING VAN DE *SPELLETJES-OTAKU*, KINDEREN DIE EEN FANATISCH ENTHOUSIASME AAN DE DAG LEGGEN VOOR VELEERLEI VERSCHILLENDE SOORTEN COMPUTERSPELLETJES. EN HIERIN IN HET DAGELIJKS LEVEN GEHEEL VERDWIJNEN. MAAR DE OTAKU-GENERATIE IS NIET ALLEEN BEZETEN VAN COMPUTERSPELLETJES; ER ZIJN OTAKU DIE ALLES LEZEN EN WETEN OVER STRIPS, ER ZIJN OTAKU DIE ALLE FEITEN EN DETAILS VERZAMELEN OVER FILMS EN FILMSTERREN, ER ZIJN OTAKU DIE ALLES VAN POPMUZIEK EN POPMUSICI AFWETEN, ETCETERA. VOLKER GRASSMUCK, MOMENTEEL GELEGERD IN TOKIO, GAAT IN ONDERSTAANDE TEKST OP ZOEK NAAR HERKOMST EN AFKOMST VAN DE JAPANESE OTAKU KINDEREN.

THE RISE OF THE OTAKU GENERATION IS ONE OF THE MOST STRIKING PHENOMENA OF CONTEMPORARY JAPAN. IN THE LAST *MEDIAMATIC* ISSUE (VOLUME 5#3), GABIN ITOH, EDITOR OF THE JAPANESE MAGAZINE *LOG IN*, ALREADY MENTIONED THE GAME-OTAKU, CHILDREN LOST TO EVERYDAY LIFE BY THEIR FANATICAL ENTHUSIASM FOR ALL MANNER OF DIFFERENT COMPUTER GAMES IN WHICH THEY IMMERSE THEMSELVES TOTALLY. BUT THE OTAKU GENERATION IS NOT ONLY OBSESSED WITH COMPUTER GAMES; THERE ARE ALSO OTAKU WHO READ AND KNOW EVERYTHING ABOUT COMICS, THERE ARE OTAKU WHO COLLECT ALL THE FACTS AND DETAILS ABOUT FILMS AND FILM STARS, THERE ARE OTAKU WHO KNOW EVERYTHING THERE IS TO KNOW ABOUT POP MUSIC AND POP MUSICIANS, ETCETERA. IN THE ARTICLE BELOW, VOLKER GRASSMUCK, AT THIS MOMENT STATIONED IN TOKYO, INVESTIGATES THE SOURCE AND THE DESCENT OF THE JAPANESE OTAKU CHILDREN.

On the first of November Japanese tv reported a car accident. A minor had driven his father's car out of its garage and into the neighbour's garden. The boy was twelve months old. The father told the press that the kid

had learned to drive in the video game parlour to which he'd been taking him every day.

We're talking here about a 'new humankind', a *shin jinrui*. At the very least, if we chose to read it *shinjin rui*, it's

Op één november jongstleden werd op de Japanse televisie melding gemaakt van een auto-ongeluk. Een kind was met zijn vaders auto de garage uit gereden, de tuin van de bureu in. De jongen was één jaar oud. De vader vertelde de pers dat de jongen had leren rijden in de amusements-hal waar hij hem elke dag mee naar toe nam.

We hebben hier te maken met een nieuw menselijk ras, een *shin jinrui*, of minstens met een nieuw mensen-soort, oftewel *shinjin rui*. In elk geval zijn ze *nieuw*, enig in hun soort. Wat betreft de *otaku* is niets meer zeker; zelfs hun menselijkheid wordt in twijfel getrokken. Ze zouden ook van Mars afkomstig kunnen zijn.

Als je rondvraagt naar een definitie van het begrip *otaku*, krijg je tegenstrijdige antwoorden. In de verschillende fases waarin het fenomeen zich heeft aangediend heeft het verschillende betekenissen gehad, en men kijkt er telkens anders tegen aan. De verschijningsvormen lopen sterk uiteen. Sommige *otaku* jagen op foto's van de synthetische sterretjes van de muziekindustrie, sommigen zijn geobsedeerd door computerspelletjes, anderen gaan op in stripverhalen, weer anderen zijn plastic modelbouwmaniakken, en er zijn *otaku* die dol zijn op het kraken van auto-telefoongesprekken. *Otaku* heeft niet met een specifiek thema te maken; eerder is het een bestaansvorm. Ze worden voorzien van tijdschriften, markten, pornografie, video's en computernetwerken, en van het *grote otaku-boek*. Volgens de redacteur van *Do-pe*, één van de *otaku*-tijdschriften, kan men er vanuit gaan dat er een hard-core groep is van 350.000 *otaku*, maar, zo zegt hij, hoeveel 'soft-otaku' er zijn, weet niemand.

Zijn er gemeenschappelijke kenmerken? *Otaku* zijn tieners of twens, meestal jongens, in jeans, T-shirts en op gympen, wat niet erg karakteristiek klinkt maar in het modewereld van Japan wel degelijk is. Ze hebben een hekel aan lichamelijk contact en zijn dol op media, techno-communicatie en op reproductie en simulatie in het algemeen. Het zijn fervente verzamelaars en bespelers van nutteloze attributen en van informatie. Ze behoren tot de *underground*, maar zijn niet tegen het systeem. Ze veranderen, manipuleren en vervormen bestaande produkten, maar tegelijkertijd zijn ze de vleesgeworden verheerlijking van de consumptie, het ideale werkvolk voor het huidige kapitalistische Japan. Ze zijn de kinderen van de media.

Neem bijvoorbeeld Riko Kushida. Zij is een spel-*otaku*. Kushida is een uitzondering in de wereld van de overwegend mannelijke computer-*otaku*. Ter illustratie: van het meest vooraanstaande spel-tijdschrift *Log-In*, waarvan Kushida één van de redacteurs is, is 98,3% van de lezers mannelijk. Haar kamertje is volgestouwd met speelautomaten en twee-á driehonderd losse printplaten die ze op de spelcomputer aan kan sluiten. Ze draagt een spijkerjack en een rok en ziet er een beetje verloren uit tussen de steriele, prefab scheidingswandjes van de receptie van *Log-In* magazine. Ze begroet me met minzame terughoudendheid, alsof ze op haar hoede is, maar ze spreekt zelfverzekerd en ze kijkt me áán (daarom is ze niet een echte hard-core *otaku*). Toen ze een jaar of acht/negen was begon ze thuis televisie-spelletjes als *Ping-Pong* en *Block* te spelen. Op haar tiende ging ze naar de speel-afdelingen van warenhuizen, waar de *graphics* een hogere kwaliteit hadden dan die van de televisie-spelletjes, en ze begon haar eigen spelletjes in *basic* te programmeren. In die tijd



♣ a 'new kind of human'. Well, if nothing else they're new and they're one of a kind. Nothing more is certain about the *otaku*, even their humanness is being doubted. They might very well be from outer space.

If you ask different people for a definition of the term *otaku* you get contradictory answers. In different phases of its dissemination it changed in meaning, and people look at it from different angles at any given time.

Their phenomenology varies widely. Some *otaku* hunt for photographs of the music industry's synthetic starlets, some are fanatically into computer games, many are immersed in comic-books much of their waking day, others are plastic model maniacs, and yet others prefer hacking into car-phone conversations. *Otaku* is not concerned with a certain subject matter, but is rather a mode of being. There are magazines catering to them, fairs, pornography, videos, and computer networks, and there is the *Book of Otaku*. According to an estimate by the editor of *Do-Pe* one of the *otaku*-magazines, there is a hard core of 350.000 of them around, but, he says, how many 'light *otaku*' exist, nobody knows.

The few common denominators are that *otaku* are teens or twens, mostly boys who usually wear jeans, T-shirt and sneakers, which might not sound very characteristic, but in fashion-crazy Japan it is. They despise physical contact and love media, technical communication, and the realm of reproduction and simulation in general. They are enthusiastic collectors and manipulators of useless artifacts and information. They are an underground, but they are not opposed to the system. They change, manipulate, and subvert ready-made products, but at the same time they are the apotheosis of consumerism and an ideal workforce for contemporary Japanese capitalism. They are the children of the media.

Take, for example, game-*otaku* Riko Kushida. She is an exceptional case in the computer-*otaku* world where the overwhelming majority is male (98.3 per cent of the readers of *Log In*, the game magazine for which she works as an editor, are male).

Her small room is littered with arcade-machines and two or three hundred naked boards that she can slot into the consoles. She wears a blue denim jacket and skirt, and looks a little bit lost in between the sterile, industrial partitioning walls of the reception area of *Log In* magazine. She looks at me with lowering reservation, as if cautious, but speaks with self-confidence and looks into my eyes (therefore she doesn't quite qualify as a hard-core *otaku*). When she was eight or nine she started playing home tv-games like *Ping Pong* and *Block*. At ten she went to the game-floors of department stores which offered higher quality graphics than the tv-games, and started to program her own games in BASIC. In those days kids would home-assemble radios, and it was in amateur-radio magazines that special sections for writing games on home-computers first appeared. By the age of thirteen she had made friends with the manager of the game-parlour to which she now went daily. He introduced her to second-hand game-machine dealers. Their customers up to then had been exclusively managers of game-parlours. Then the game-*otaku* discovered them. They sell boards of used machines - considered garbage before - for upwards of 5.000 Yen, and complete consoles and rare items for

around 250.000 Yen. Such an investment can break even in a matter of weeks if the player does not have to feed the coin-slot for every game.

Kushida identifies *Space Invaders* as the turning-point in the history of video-games. Introduced in 1979 by Taitô, the game was copied, often illegally, by software firms all over the world and it created a whole generation of game-addicts. It was followed by the classic *Pacman* and - the all-time number one, according to Kushida - *Pong* from Atari (first released in 1971). In the post-*Invaders* days the market exploded. Companies like Namco or Nintendo grew big, some very big. Originally a playing-card maker, Nintendo - the *videogame empire* - was the top earner of all Japanese companies in 1989 for the eighth consecutive year. They raked-in 250 billion Yen in sales.

Talking about the birth and rise of the game phenomenon Kushida is taken with sentimentality. In those days she dreamt of games. But, she says, it was not the games which took over her imagination, but her imagination which originally led her to the games.

Today Kushida is twenty and studies philosophy. No, she does not find that choice of field surprising. The game world includes the 'real world,' and vice versa. So, there is certainly a relation between philosophy and games, but a very complicated one that she can't quite explain, she says, and laughs.

NEW GENERATIONS

The Japanese, maybe more so than other peoples, want to find out who they are and where they're going. It is only in the last fifteen years that the accumulated wealth can be felt in society. This didn't happen without radical changes and ruptures. Internationally they are mostly accepted and praised for their technology. A shaky base to build an identity on. Changes in attitudes and mentality are most visible with the young. The wish to understand what they are up to brings forth the coining of a 'new generation' just about every year. The term *otaku* has had many predecessors in the debates about contemporary popular culture.

An older catch-phrase that was in use for a season or two is *moratoriumu ningen* (moratorium people). Keigo Okonogi, professor at the neuropsychiatric department of Keiô University, coined it in 1977. Originally, *psychosocial moratorium* referred to a period of training or study in which young people are suspended from fulfilling their obligations and responsibilities to society. In Okonogi's interpretation it becomes today's dominant *social character*. The description of this moratorium mentality provides a background for the Eighties phenomenon of *otaku*.

The affluent consumer society, says Okonogi, has an infantilizing effect. Media and advertising appeal to the child in everyone. As the rate of science and technology-driven social change accelerates, everyone is forced to flexibly adapt and perpetually learn in order to keep up sophisticated skills. The frenzied demon's dance of cultural appearances and disappearances allows no other mode of being than a provisional, temporary one, permanently 'on call'. No other mode than a playful and leisurely involvement that maintains distance. Everybody has come to be both consumer and nonaffiliated, uncommitted visitor within a controlling and protecting structure. Like *otaku*,



NIEUWE GENERATIES

knutselden veel kinderen thuis met zelfgemaakte radio's, en het was dan ook in een tijdschrift voor radio-amateurs, waar de eerste stukken verschenen over het programmeren van spelletjes op de huiscomputer. Toen ze dertien was, sloot ze vriendschap met de manager van de amusementshal waar ze dagelijks te vinden was. Hij bracht haar in contact met handelaars in tweedehands spelmachines. Tot dan toe hadden hun spullen alleen aftrek gevonden bij speelhaluitbaters. Toen werden ze door de *otaku* ontdekt. Printplaten van gebruikte spelmachines die eerst goed voor de sloop waren, werden aan de *otaku* verkocht tegen prijzen vanaf 5000 yen, en complete speeltafels en zeldzame attributen tegen prijzen rond de 25.000 yen. Doordat niet meer voor elk spel betaald hoeft te worden is zo'n investering binnen een paar weken terugverdiend.

Cruciaal in de geschiedenis van de video-spelletjes is volgens Kushida *Space Invaders* geweest. In 1979 door Taitô geïntroduceerd, werd het door software-firma's over de hele wereld gekopieerd (ook illegaal), en creëerde het een hele generatie videoverslaafden. *Space Invaders* werd opgevolgd door klassiekers als *Pacman* en - volgens Kushida de ongeëvenaarde - *Pong* van Atari (1981). In de post-*Space Invaders*-tijd explodeerde de markt. Bedrijven als Namco en Nintendo werden groot, soms heel groot. Nintendo, oorspronkelijk een speelkaartenfabrikant, thans een *video-empire*, was in 1989 voor het achtste jaar in successie de meest winstgevendende firma in Japan. Zij verkochten voor maar liefst 250 biljoen yen.

Door het praten over het ontstaan en de groei van het spelletjes-fenomeen, wordt Kushida sentimenteel. Toendertijd dróomde ze van spelletjes. Toch waren het nooit de spelletjes die haar fantasie confisqueerden, zegt ze, het was haar fantasie die haar naar de spelletjes leidde.

Kushida is nu twintig jaar en studeert filosofie. Zelf vindt ze deze keuze niet verbazend. De spelletjeswereld heeft te maken met de 'realiteit', en omgekeerd. Er bestaat dus wel degelijk een relatie tussen filosofie en spelletjes. Het is een gecompliceerde relatie, eentje die ze zelf niet precies kan verklaren, zegt ze, en ze lacht.

Japanners willen, misschien meer dan andere volkeren, uitvinden wie ze nu zijn en waar ze naar toe gaan. Pas de laatste vijftien jaar is de opgestapelde rijkdom voelbaar in de maatschappij. Deze welvaart kwam niet zonder de nodige radicale veranderingen en verscheuringen tot stand. Internationaal gezien zijn de Japanners vooral op technologisch vlak geaccepteerd en gerespecteerd. Een wankel basis om een identiteit op te bouwen. Veranderingen in houding en mentaliteit zijn vooral bij de jongeren te bespeuren. De wens te willen weten waartoe ze in staat zijn, brengt bijna jaarlijks een 'nieuwe generatie' voort. De term *otaku* heeft vele voorgangers gekend in het debat over hedendaagse, populaire cultuur.

Zo'n andere term, die een seizoen of twee in gebruik was, is *moratorium ningen* (moratorium-mensen). Keigo Okonogi, professor op de neuro-psychologische afdeling van de Keio Universiteit, werd in 1977 de geestelijk vader van deze uitdrukking. Oorspronkelijk refereerde het *psychosociaal moratorium* aan de periode van training en studie waarin jongeren ontslagen werden van maatschappelijke verplichtingen en verantwoordelijkheden. In de interpretatie van Okonogi kreeg de term een sociaal karakter.

De overdadige consumptiemaatschappij heeft volgens Okonogi een infantiliserend effect. Media en reclame appelleren aan het kind in de mens. Gezien de - door wetenschappelijke en technologische vooruitgang gedreven - sociale veranderingen is men gedwongen zich aan te passen en zich voortdurend bij te scholen, ten einde deze vooruitgang bij te benen. De waanzinnige duivelsdans van culturele verschijningen en verdwijningen staat geen andere levenshouding toe dan een provisionele, tijdelijke, maar permanent beschikbare. Geen andere betrokkenheid dan een speelse, vrije, die afstand bewaart. Iedereen is een consument en een neutrale, ongeïnteresseerde bezoeker geworden binnen een controlerende en beschermende structuur. Zoals bij de *otaku* het geval is, scheppen de oppervlakkige menselijke relaties van de *moratorium*-mensen de perfecte voorwaarden voor een geïsoleerd leven.

the shallow human relations allow moratorium people to live isolatedly. The moratorium biographies lead to an *identity diffusion syndrome* and an *ego vacuum* that, according to Okonogi, have today become the *normal* state of affairs. The moratorium becomes an end in itself. But the situation also contains an explosive, destructive power.

Most of all, Okonogi blames the mass media, which produce an *unreal state of existence* (...) *The self-dissociation characteristic of the mass media also typifies the psychological structure of young people* (...) *They have now become omnipotent through assimilation to the mass media, which have a magical power over society.*

A tone of cultural pessimism runs through Okonogi's article even if at the end he tries to comfort us by pointing out first signs of a post-moratorium trend. We get a somber picture of isolated, solipsistic men and women, who lose themselves in the postmodern tides that even threaten to engulf the 'real society' from where Okonogi writes, the society of production and distribution.

From the moratorium ningen we pick up the general social tone that sets the mood for the birth of the *otaku*, a mood characterized by self-dissociation in hyper-reality. With their successors, the *shinjinrui*, we re-encounter the vacuousness, with the addition of a more joyful approach to information.

The word *shinjinrui*, like *otaku*, varies widely in meaning. As a non-technical term it can refer to any kind of new generation. But sometimes it gets connected with a specific group of young people for a while, like with Yuppies in the late Seventies.

Those *shinjinrui* were college or professional kids in their twenties. Quite different from *otaku* they put a strong emphasis - and spend a lot of money - on glossy outward appearance. They prefer jobs in modelling or advertising which leave them enough time for their main source of pleasure: showing-off luxury goods and fast cars. The latest hit among them is a left-arm suntan, because it signals that this 'girl' or 'boy' drives a left-wheel import car. The *shinjinrui* were also called *crystal-kids*, after Yasuo Tanaka's award-winning bestseller *Nantonaku, Kuristaru* (Somehow Cristal) which became a sort of Yuppy-guide to Tokyo's 'in' restaurants, boutiques, and clubs, a How-to instruction on being hip. It first appeared in 1980 in the monthly journal *The Arts* (*hungei*) and was immediately republished as a book which sold more than a million copies. Tanaka gives us an extensive inside view of the joyful life in empty forms, a life in which one truly and explicitly cherishes snobbery and affectation. His plot *verges on nonexistence* (Norma Field), but in four hundred and forty two notes he boasts all the information the trendy hyper-consumer needs. Because of the rapid change in fashion, most of the information was, of course, outdated the moment *Somehow Cristal* hit the masses. Though other info bits are here to stay. Through the *shinjinrui*, for example, the Japanese language was lastingly enriched by the 'brand name syndrome'.

The *shinjinrui* shares with the *otaku* his passion for details that take over the place of a connecting ideology. He has to be around town and has to have read the latest copy of *Marie Claire* and *Popeye* and *Brutus*. How else would he know that Armani is out, and Perrier is again de rigueur. And how else would he be able to participate

in the table talk at Gold's. *Shinjinrui* are well-informed snobs. Today the people are still around but the word has dropped out of use. So it is free again to signify the next generation.

The terms invented in order to be able to call the people in the postmodern, mediatized world by name - *moratorium ningen*, *shinjinrui*, *nagara-zoku* (the people who do many things at the same time), M(e)-Generation, etcetera - are coined by the professionally-concerned: neuropsychiatrists, journalists, and writers. They judge the young by their own values of 'depth', 'seriousness', 'history' and 'subject'. The grown-ups are disappointed that their kids don't pick up where they left them the dreams they once pursued, disappointed that they just drop out of the 'project of modernity'. Parents want to understand their children, but they refuse to express themselves. The birth of the *otaku-zoku* (*otaku-generation*), the non-professional, non-lifestyle kids of the Eighties, was a new phenomenon.

BIRTH AND RISE OF OTAKU

The etymology of the word is not without blind alleys. *Otaku*, like *shinjinrui*, was plucked from the everyday language, and in the original sense means 'your home', then in a neo-Confucian *pars pro toto* 'your husband', and more generally it is used as the personal pronoun 'you' (since a Japanese individual cannot be thought of without his connection to his household). As everybody knows, there are forty eight ways to say 'I' in Japanese, and just about as many to say 'you'. Most of the time 'I' and 'you' are avoided altogether, but if you do want to address someone you would use his/her name or *anata* (to a social equal or superior), *kimi* (to inferiors, and in some cases equals), *omae* (to intimate friend and inferior), or - *otaku*. *Otaku* is a polite way to address someone whose social position towards you you don't yet know, and it appears with a higher frequency in women's language. It keeps distance. Used between equals it sounds quite ironic or sarcastic, but is meant in the sense of 'Stay away from me'. Imagine a teenager addressing another as 'Sir!'.

At least, this is how it used to be. Then, back in the distant past (about ten years ago in realtime), some people started to use this expression of detachment for colleagues and friends. There is no consensus as to the exact date and place of this historic event. The most recent past seems to be the most uncertain, and it is handed down to us only in the form of rumours. It would take a historian of everyday life to unearth what happened yesterday. Some sources say it was in the advertising world, others say it was in the circles of animation-picture collectors: *Please, show me your (otaku) collection*. The most trustworthy rumour has it that it first came up among people working in tv and video animation companies. From there it spread to the viewers of animes and the closely related worlds of *manga* (comic-books) and computer games.

What exactly you have to do and to be in order to qualify as an *otaku* is a little more difficult to determine. The word implies distance and detachment. To know more about the usage of a currently fashionable expression the first thing to do is to consult the *Basic Knowledge of Modern Terms* (*Gendai Yogo Kisochishiki*), an annual encyclopedia on all currents of trendy life and a

TITANS MRX-010
PSYCHO GUNDAM MK. II,
modeled by Nobuhito
Takahashi, from
Gundam Model World.



PAGINA 202

Mediamatic

VOL 5 # 4

cornucopia of insights into the rapidly changing Japanese language. In the 1990 edition it says under *otaku*: *Has been used as discriminatory word among manga and animation maniacs. It spread after Akio Nakamori's 1984 article Manga Burikko (for more on burikko see below under idols). It indicates the type of person who can not communicate with others, is highly concerned about details, and has one exclusive and maniac field of interest. Otaku tend to get fat, have long hair, and wear T-shirts and jeans. The word corresponds to 'nerd' which in the USA is used for computer and sf fanatics. An American friend told me, that nerd does indeed have some similarity to otaku but is not completely congruent. A nerd was the guy at high school who would repair his glasses with Scotch-tape, the scientific type, carrying around a collection of pens in his shirt pocket, which had a blue stain, because one of the pens would always break, and, of course, he had no friends.*

This image comes close to the one art editor and former journalist for the Yuppy magazine *Popeye* Kyoichi Tsuzuki draws. It was he who introduced me to the more hidden corners of the extensive *otaku*-world: In the beginning *otaku* was used in a very negative sense and meant someone who doesn't look good, who has no girl friend, who is collecting silly things, and is generally out of the world. As a definition I would say that an *otaku* is a person who is into something useless. Idol-, manga- or whatever-*otaku* means he does not have anything else. But in that he really indulges. It's a silly way of spending time, from a normal business point of view. They play games with the same seriousness others use for business.

They are easily visible, because they don't care about the way they dress. They talk different, and look to the ground while talking face-to-face. They are not into physical activities, they are chubby or thin, but not fit, never tanned. They don't care for a good meal, they think they can spend their money on more important things.

With computers they get really involved. Computer game programmers live on potato-chips that they eat with chopsticks, and on coffee-milk. They have a different rhythm, are awake for forty hours and then sleep for twelve. Computer *otaku* are said to be able to make love with a girl on the screen. But I think many want a girl friend, but can't get one.

Otaku are in several ways a media-phenomenon. The media created first them, then their name; they inhabit the media, and the search for them is a research into media-history. When Nakamori introduced the term *otaku-zoku* (*otaku*-generation) in his article in Tokyo's *Otone kurabu* (a cult communications/soft porn magazine) and in a public discussion with Koichi Yamazaki, there were already miriads of young people out there waiting for an identity boost. They were living in the media already, so it was just natural that they would want to become an object of the media as well. In that sense they are just like other Japanese, who have a distinct predilection for mirroring themselves in social statistics and in the interpretational debates of cultural critics, as well as a strong instinct to call things by their right name. In any case, the new term spread very rapidly. An anonymous, silent mass had its coming out. As rumours have it, the first massive appearance that brought the new generation into public consciousness was the screening of the *Spaceship Yamato*

animation. The video company had, as is usual, rented a hall for a couple of thousand people - and over a million came, all about the same age.

Otaku are a product of hyper-capitalism and the hyper-consumption society, says Yamazaki (born 1954), another historian of everyday life and an authority on otaku. Today, he says, otaku has taken on an extremely wide meaning. Originally it was connected with a precise, stereotyped image. It symbolized a human relationship for which the other forms of saying you would be too intimate. Otaku referred to the space between them, they are far from each other, not familiar. He sees the origin of the otaku phenomenon in the changes in Japanese culture in the Seventies. Otaku are the children of media and technology. They grew up as only children with daddy always out at work, and mummy very eager that her son should study hard so he can enter a good university so he can enter a good company. The cliché Japanese success story. And kiddy goes into hiding behind piles of toys, comics, and play machines.

Their parents are the Sixties generation, very democratic and tolerant. They want to understand their children, but the kids purposely look for the things their parents can't understand. In a sense the parents are themselves immature and childish. In Japan there is probably no obvious image of what a grown-up is. Everybody is a child.

The severe communication barriers between parents and children led to a series of killings of parents by their sons. It started in 1980 when a boy, who would today probably be called an *otaku*, had slain his parents with a metal baseball-bat. The *kinzoku bat murderer*, as he was known, was copied by five or six other youngsters in a very short time. And it still happens sometimes today. The early Eighties were the days of school violence. The aggression of the students was stopped with disciplinary measures and school rules that prescribe even the way a student is supposed to walk and greet. They remind Yamazaki of Orwell's 1984. *Otaku* are the post-school violence' generation. Superficially they are good and well-behaved students, study hard, and get good grades, but underneath the surface they are run-aways. *Otaku* is a shelter for them.

INFORMATION-FETISHISM AND IN-ANIMISM

The education system, in which the famous 'industrial warriors' are trained, is generally acknowledged as a contributing factor in the emergence of the *otaku*-generation. *In school, says Yamazaki, children are taught to take in the world as data and information, in a fragmentary way, not systematically. The system is designed for cramming them with dates, names, and multiple-choice answers for exams. The scraps of information are never combined into a total view of the world. They don't have a knowledge value, but the character of a fetish. For this emphasis on facts, on memory rather than understanding, the Japanese have again found a fitting catch-phrase - manual-education. It doesn't prepare you for life but rather for the ubiquitous quiz-shows on tv where candidates have to produce minute details of the life of Amadeus Mozart, the comic character Ultraman, or the idol-singer Matsuda Seiko. Without any context this 'knowledge' remains just a collection of info-chips.*

De *moratorium* biografieën laten een *identiteits-ervagings-syndroom* en een *ego-vacuüm* zien, die, volgens Okonogi, tegenwoordig een normale toestand geworden zijn. De *moratorium* mens staat geheel op zichzelf. De situatie bevat echter ook een explosieve, destructieve kracht.

De meeste schuld geeft Okonogi de massamedia. Deze creëren een *irreële bestaanssituatie* (...) *Het zelf-ontkoppelende karakter van de massamedia kenmerkt ook de psychologische structuur van de jongeren.* (...) *Door zich te vereenzelvigen met de massamedia, die een magische macht uitoefenen over de maatschappij, zijn zij almachtig geworden.*

Okonogi's artikel wordt gekenmerkt door cultureel pessimisme, ook al probeert hij op het laatst één en ander troostrijk te relativiseren door de eerste tekenen van een *post-moratorium* trend te signaleren. Over het algemeen schetst hij een somber plaatje van geïsoleerde, solipsistische mensen die zichzelf verliezen in het post-moderne getij dat zelfs dreigt de 'werkelijke wereld' te verzwelgen. De werkelijke wereld waar vandaan Okonogi schrijft, de productie- en distributiemaatschappij.

Aan de *moratorium ningen* ontleent we het algemene, sociale aspect, dat de stemming bepaalt voor de geboorte van de *otaku*, een stemming die gekenmerkt wordt door zelf-onthechting in hyperrealiteit. Bij hun opvolgers, de *shinjinrui*, komen we alweer dezelfde wezenloosheid tegen, met daaraan toegevoegd een meer vrolijke houding tegenover informatie.

Zoals *otaku* heeft het woord *shinjinrui* meerdere betekenissen. Vanwege het on-technologische karakter kan deze term op elke nieuwe generatie van toepassing zijn. Soms wordt het echter een tijdje verbonden aan een specifieke groep jongeren, zoals de Yuppies aan het eind van de jaren zeventig.

Deze *shinjinrui* waren studerende of werkende jongeren, meestal twintigers. In tegenstelling tot de *otaku* besteden zij veel aandacht - en geld - aan een glossy uiterlijk. Ze prefereren baantjes in de mode- of reclamewereld, waardoor ze alle tijd overhouden om zich te wijden aan hun voornaamste bron van geluk: pronken met luxe-artikelen en snelle auto's. De laatste trend is een door de zon bruin gekleurde linkerarm, omdat dit het bezit bewijst van een import-auto-met-stuur-links. Deze *shinjinrui* werden ook wel 'kristal-kinderen' genoemd, naar de bestseller *Nantonaku Kuristaru* ('Op de een of andere manier kristal') van Yasuo Tanaka. Dit boek werd een soort Yuppigids, met adressen van restaurants, boutiques en cafés in Tokio, die 'in' waren, een 'hoe ben ik hip'-instructieboek. Het verscheen voor het eerst in 1980 in het maandblad *Bungei* ('De Kunsten'), en werd daarna meteen als boek uitgegeven waarvan een miljoen exemplaren verkocht werden. Tanaka brengt ons breedvoerig op de hoogte van een leeg maar plezierig leven, een leven waarin men aanstellerij en snobisme als kleinood koestert. Zijn verhaal 'grenst aan non-existentie' (Norma Field), maar in 442 notities braakt hij alle informatie op die de trendy hyper-consument nodig heeft. Vanwege de snelle trendwijzigingen was de meeste informatie, natuurlijk, verouderd toen het boek op de massa neerdaalde. Sommige informatie is echter standvastig. Door de *shinjinrui* is bijvoorbeeld de Japanse taal blijvend opgeluisterd met het 'merkjes-syndroom'.

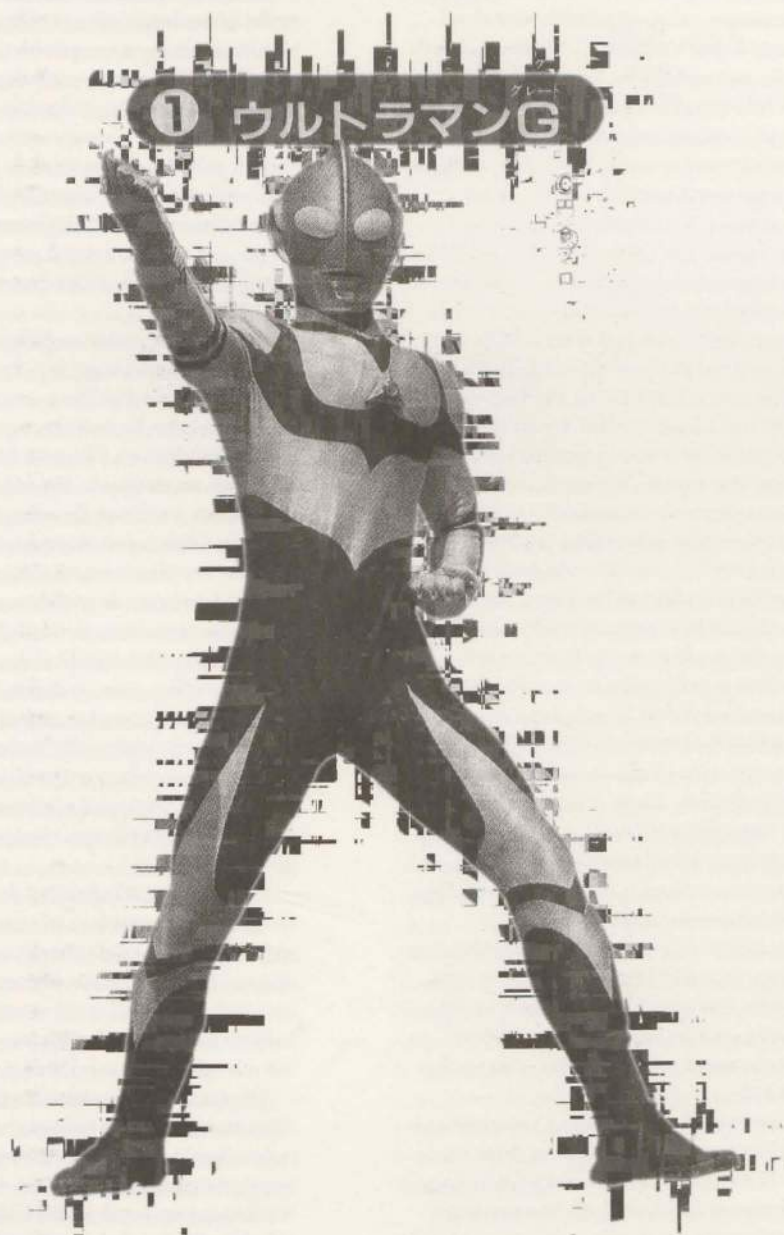
Met de *otaku* deelt de *shinjinrui* de passie voor details, wat de plaats inneemt van een samenhangende ideologie. Men moet ergens in de stad zijn, en de laatste *Marie-Claire*, *Popeye* en *Brutus* gelezen hebben. Hoe anders komt men te weten dat Armani verleden tijd is en Perrier alweer verplicht? En hoe anders zou men kunnen deelnemen aan de koffietafel-gesprekken bij het vermaarde Gold's? *Shinjinrui* zijn goed-geïnformeerde snobs. Ze bestaan nog steeds, maar het woord is in onbruik geraakt. Daarom is de weg vrij de volgende generatie aan te duiden.

De begrippen om mensen in de post-moderne, gemediatiserde wereld te benoemen - *moratorium ningen*, *shinjinrui*, *nagara zoku* (mensen die alles tegelijk doen), *m(e)-generatie*, etcetera - zijn verzonnen door professionele betrokkenen: neuro-psychiaters, journalisten en schrijvers. Zij beoordelen jongeren met hun eigen waarden, zoals 'diepte', 'ernst', 'historie', en 'subject'. De volwassenen zijn teleurgesteld dat hun kinderen de dromen die zij nastreefden en inmiddels achter zich hebben gelaten, niet opgepikt hebben, ze zijn teleurgesteld dat hun kinderen uit het 'project van de moderniteit' zijn gestapt. Ouders willen hun kinderen begrijpen maar deze weigeren zich te laten kennen. De opkomst van de *otaku zoku* (de *otaku*-generatie), de niet-werkende, *anti-life style*-kinderen van de jaren tachtig, was iets anders.

GEBOORTE EN GROEI VAN OTAKU

De etymologie van het woord vertoont doodlopende steegjes. Zoals *shinjinrui* is *otaku* opgepikt uit de dagelijkse taal. Oorspronkelijk betekende het 'jouw huis', toen in een neo-Confuciaans *pars pro toto* 'jouw echtgenoot', en meer in het algemeen werd het gebruikt als het persoonlijk voornaamwoord 'jij' (omdat een Japanner niet los gezien kan worden van zijn huishouden). Iedereen weet dat er in het Japans 48 manieren zijn om 'ik', en ongeveer hetzelfde aantal om 'jij', te zeggen. Beide woorden worden zoveel mogelijk vermeden maar als men zich toch tot iemand wil richten, gebruikt men zijn of haar naam, of *anata* (als het iemand betreft die sociaal gelijk of superieur is), *kimi* (tegenover ondergeschikten en soms gelijken), *omae* (tegenover intieme vrienden en ondergeschikten), of ... *otaku*. *Otaku* is een beleefde manier zich tot iemand te richten van wie men niet zeker is over zijn sociale positie. Het woord komt vaker onder vrouwen voor. Het is afstandelijk. Tussen gelijken klinkt het ironisch of sarcastisch, betekent het iets in de zin van 'blijf uit de buurt'. Zoals wanneer tieners elkaar 'meneer' zouden noemen.

Tenminste, zo was het. Op een gegeven moment, in een ver verleden (ongeveer tien jaar geleden), begonnen sommige mensen deze afstandelijke uitdrukking voor vrienden en collega's te gebruiken. Er is geen consensus met betrekking tot de precieze plaats en datum van deze historische gebeurtenis. Het meest recente verleden blijkt telkens het meest onzeker te zijn, en het wordt ons slechts aangereikt in de vorm van geruchten. Er is een 'historicus van het dagelijks leven' nodig om dat wat gisteren gebeurde op te graven. Volgens sommige bronnen begon het in de reclamewereld, anderen zeggen dat het in de kringen van animatiefilm-verzamelaars was: 'Laat me jouw (*otaku*) collectie eens zien'. Het meest aannemelijk lijkt dat het voor het eerst opkwam in televisie en video-animatie bedrijven. Van daaruit verspreidde het



PAGE 205

Mediamatic

VOL 5 # 4

zich naar de kijkers en naar nauw hiermee verbonden werelden van *manga* (strips) en computerspelletjes.

Aan welke voorwaarden men precies moet voldoen om *otaku* te zijn, is wat moeilijker vast te stellen. Het meest duidelijke kenmerk ligt in wat het woord zelf uitdrukt, namelijk afstand en ontkoppeling. Om meer te weten te komen over het gebruik van een actuele, modieuze uitdrukking, is het eerste wat je moet doen, het *Basisboek van moderne termen* (*Gendai Yogo Kisochishiki*) raadplegen. Dit is een jaarlijkse encyclopedie met daarin alle culturele en modieuze stromingen, en een uitpuilende winkel vol overzichten van de snel veranderende Japanse taal. In de editie van 1990 staat onder *otaku*: *Wordt gebruikt als onderscheidende term onder manga en animatie-maniakken. Verspreidde zich na het in 1984 verschenen artikel Manga Burriko van Akio Nakamori (voor meer informatie over Burriko, zie 'idolen'). Het duidt op een type mens dat niet kan communiceren met anderen, zich veel met details bezighoudt en één exclusief en maniakaal interessegebied heeft. Otaku hebben de neiging dik te worden, hebben lange haren en dragen T-shirts en spijkerbroeken. Het woord correspondeert met het Amerikaanse nerd, wat gebruikt wordt om computer- en software-afgeheten aan te duiden. Een Amerikaanse vriend vertelde me dat nerd inderdaad gelijkenissen met otaku vertoont, maar niet helemaal identiek is. Een nerd was een scholier die zijn bril met plakband repareerde, het wetenschappelijke type, iemand die rondliep met een verzameling pennen in zijn borstzak, waar een blauwe vlek te zien was omdat een van de pennen altijd lekte, en die, natuurlijk, geen vriendjes had.*

Deze beschrijving benadert het beeld dat kunstredacteur en voormalig journalist van het Yuppie magazine Popeye, Kyoichi Tsuzuki, schetst. Hij bracht me in contact met de meer verborgen hoeken van de uitgestrekte *otaku*-wereld: *In het begin had otaku een negatieve klank, en werd hiermee iemand bedoeld die lelijk was, geen vriendin had, idiote dingen verzamelde en over het algemeen wereldvreemd was. Mijn definitie zou zijn dat een otaku iemand is die zich met iets onzinnigs bezig houdt. Idool-, manga-, of wat dan ook-otaku, het betekent dat hij niets anders heeft. Maar waar hij zich mee bezig houdt, daar geeft hij zich dan ook totaal aan. Vanuit een normaal, nuchter oogpunt is het een omzeggende tijdverdrijf. Ze spelen spelletjes met dezelfde ernst als waarmee anderen zaken doen.*

Ze zijn gemakkelijk te herkennen omdat het hun koud laat hoe ze erbij lopen, ze praten anders, kijken naar de grond als ze van man tot man praten. Ze houden zich niet bezig met lichamelijke activiteiten. Ze zijn mollig of mager, niet fit en nooit hebben ze een kleurtje. Een goede maaltijd zal ze worst wezen, ze kunnen hun geld wel beter besteden.

Met computers raken ze pas echt bezeten. Computerspelletjes-programmeurs leven van patates frites, die ze met stokjes eten, en van koffiemelk. Ze hebben een ander ritme: eerst zijn ze veertig uur wakker, om vervolgens twaalf uur te slapen. Men zegt dat een computer-otaku kan vrijen met een meisje op het scherm. Maar ik denk dat ze eigenlijk een echt vriendinnetje willen, maar die niet kunnen krijgen.

Otaku zijn op verschillende manieren een media-verschijnsel. Eerst waren de media verantwoordelijk voor hun ontstaan, daarna voor hun naam. *Otaku* bewonen de media, een onderzoek naar de *otaku* is een onderzoek naar de media-geschiedenis. Op het moment dat Nakamori de term *otaku-zoku* (*otaku*-generatie) introduceerde in een artikel in *Tokio Otone Kurabu* (een cult communicatie/sof-

porno tijdschrift) en in een publieke discussie met Koichi Yamazaki, stonden de jongeren in drommen voor de deur te wachten op een identiteits-stoot. Ze leefden al in de media, dus was het niet meer dan vanzelfsprekend dat ze ook een object van de media wilden zijn. In die zin zijn ze als alle andere Japanners: ook zij hebben er een duidelijke voorkeur voor om zich te spiegelen in sociale statistieken en in de verklarende debatten van cultuurcritici. Misschien is het niet zozeer het streven naar identiteit dat de *'wie zijn wij en waarom'*-boeken zo populair maakt, maar eerder het verlangen om zelf in de media ingeschreven te worden. In elk geval verspreidde de nieuwe term zich razendsnel. Een anonieme, stilzwijgende massa was in de openbaarheid getreden. Volgens geruchten was de eerste keer dat de nieuwe generatie massaal onder de aandacht van het publiek gebracht werd, de vertoning van de animatiefilm *Space-Ship Yamato*. De betreffende video-onderneming had, als gewoonlijk, een hal afgehuurd voor een paar duizend mensen - er kwamen er meer dan een miljoen, allemaal van dezelfde leeftijdsgroep.

Otaku zijn een produkt van het hyper-kapitalisme en de hyper-consumptiemaatschappij, zegt Yamazaki, een andere historicus van het dagelijks leven en autoriteit op het gebied van otaku. Tegenwoordig, zegt hij, heeft otaku een bijzonder brede betekenis. Oorspronkelijk was het verbonden aan een specifiek, stereotiep imago. Het symboliseerde een verhouding tussen mensen, waarbinnen elke andere vorm van 'jij'-zeggen te intiem was. Otaku refereerde aan de ruimte tussen de sprekers, die van elkaar verwijderd en niet met elkaar vertrouwd waren. Volgens hem liggen de wortels van het sociale otaku-fenomeen in de veranderingen van de Japanse cultuur in de jaren zeventig. Otaku zijn kinderen van de media en de technologie. Ze groeien op als enig kind, van wie de vader altijd aan het werk is en moeder vurig naar goede studieresultaten van zoonlief verlangt, zodat hij naar een goede universiteit kan en uiteindelijk in een goed bedrijf terecht komt. Het Japanse succesverhaal. En het joch verstopt zich achter bergen spelgoed, strips en computerspelletjes.

De ouders zijn afkomstig uit de generatie van de jaren zestig, erg democratisch en tolerant. Zij willen hun kinderen begrijpen, maar de kinderen zoeken doelbewust naar dingen die hun ouders niet kunnen begrijpen. In zekere zin zijn de ouders zelf onvolwassen en kinderlijk. In Japan bestaat er waarschijnlijk geen duidelijk beeld van wat een volwassene is. Iedereen is er een kind.

De ernstige communicatiekloof tussen ouders en kinderen leidde tot een reeks moorden, gepleegd op ouders door hun kinderen. Het begon in 1980, toen een jongen, die nu waarschijnlijk een *otaku* genoemd zou worden, met een metalen baseball-knuppel zijn ouders afslachtte. De *Kinzoku-knuppel-moordenaar*, zoals men hem noemde, werd in korte tijd door vijf of zes andere jongeren gevolgd. En soms gebeurt het vandaag de dag nog. De vroege jaren tachtig waren de jaren van het schoolgeweld. De studentenagressie werd onderdrukt door strenge maatregelen en schoolregels die zelfs voorschreven hoe een student moest lopen en groeten. Het doet Yamazaki denken aan 1984 van Orwell. *Otaku* vormen de generatie van na het schoolgeweld. Ogenscheinlijk zijn het goede studenten, die zich netjes gedragen, die hard werken en

Information-fetishism is a central term for Yamazaki. The *otaku* continue the same pattern of information acquisition and reproduction they have learned at school. Only the subject matter has changed: idols, cameras, or rock 'n' roll. But content has become negligible anyway. Otucky people can be found in every genre. It's a mode of being. You find them even in fashion. Rather than dressing in trendy clothes for the pleasure of it, the fashion-*otaku* dresses in information. He shows it off, saying *Do you know this? Oh, you don't!* That's all. Similarly, a rock-*otaku*, does not listen to the music, but collects data on the recordings, the names of the musicians, producers, engineers, studios etcetera. *The original otaku shows us that we are all information-fetishists*, says Yamazaki. *He caricatures the image of the Japanese.*

Our own collection of info bits and pieces now seems to have come close to the core of the *otaku* phenomenon: it has to do with uselessness and information, but the role of media and technology remains ambivalent. Tsuzuki thinks it a mistake to identify *otaku* with media, it would exclude some of the people who are in fact otucky. So we pick up the *Basic Knowledge* again which is itself an expression of the culture of fractured knowledge and info-chips. From the entry on *otaku-zoku* we learn that this generation *can only think in the mode of me-ism as a result of a way to interpret and deal with the hi-tech society. It tends towards an isolated and non-human existence. These tendencies range from necrophilia, pedophilia, and fetishism to the 'illness of partiality' and computer hacking. The phenomenon has cancerlike exploded with the inorganic 'key-board society' as its center.*

Japan is the most semiotized society; everything is sign, everything is surface and interface. The Japanese lead a magazine life style. Just by looking at people's faces in the street you can tell which magazines they read. Everything comes in a ready-made package. *Otaku* are developing the Japanese mentality of hybridizing given information to the extreme. And they become, in fact, a closed-circuit hybrid with their machines. A *media saibôgu* (cyborg - cybernetic organism), we read in the *Store of Wisdom*, an imitation of our esteemed *Basic Knowledge*, is a dependent person, e.g. a couch-potato (*kauchipoteto*). The media cyborg lives thanks to the media. In the age of cyber-medialism with its emphasis on simulation the hi-tech media become the condition for survival. The media cyborgs in their electronic womb are also called *aliens*.

The Japanese relation towards technology is indeed something peculiar. Japanese kids are geniuses in operating technology, like the one-year-old who crashed his father's car. But, says Yamazaki, they can not talk and express their opinions well. They feel less at home with other people than with machines, materials, and information. Thus they tend towards a kind of in-animism. Living beings are thought of as inanimate things. Yamazaki tells me about the pet-boom, and that dogs and cats are seen as a kind of mechanical toys. When they become boring they get dumped. Arnold Schwarzenegger and Sylvester Stallone are big heroes for many *otaku*. They themselves wouldn't even think about doing body-building and becoming strong. They think of these piles of muscles as a kind of robot, a very well-designed machine, not any different from comic figures like Gundam. By perceiving the world via screens and print the *otaku*-kids

acquire what is known as the *two-dimension complex*. 2-D is more real. Image plus fantasy equals hyper-reality.

This in-animism may be the reverse side of the traditional Shintoist nature animism that is still very much alive in the current Japanese culture. Japanese people are in a sense fetish people. They don't tell the animate from the inanimate. This fact is an important background of the *otaku*. The *two-dimension complex* is a kind of animism. They treat humans as things and things as humans.

COMPUTER-OTAKU AND COMMUNICATION PATTERNS

From what we learned about *otaku* and their relation to information, media and technology we should think that they appear the purest in the genre of computer-*otaku*. So I go back to the Minami-Aoyama office of *Log In* to meet contributing editor Gabin Itoh, recently curator and contributor of an art installation at the *Tokyo hyper-real* exhibition, and number one hero of the computer-game-*otaku*. When he is recognized in the streets of Tokyo's Akihabara electronics district, he is not accosted directly, but a little later he can read the 'hot' info on some otucky bulletin board *I saw Gabin!* *Log In's* target group is game fans between thirteen and eighteen, and it sells 180,000 copies monthly. It carries mostly product information on PC-based games and on related hardware, *manga* and animation series, especially the darker ones like *Gundam* or *Godmars*.

I want to know about the content of *otaku* computer networks, and Itoh lists some of the branches: games, *manga*, *rorikon* (see below), music (swapping *mini*-data of the latest arcade game soundtrack), war (air guns), anything you can imagine. There is one for every branch of *otaku*, though this does not make all of them computer-*otaku*. They use the electronic networks simply as media that allow them to stay at home and meet kindred souls without any physical contact.

The meaning of technology, Itoh explains, is this: when we find something impossible we do it. Like the hacker who discovers how to destroy data, so he does it. He doesn't think about the meaning. In the same sense they spread viruses for fun. When some techno-maniac manages to hack into the copy protection of *DAT* recorders, even if he succeeds, don't expect the real *otaku* to have any music to play. It's just a game, useless. If they can out-wit the protection-systems aren't they pretty smart? *Otaku* is not exactly synonymous with 'creative', but a lot of creative people are *otaku*. Itoh thinks they have infinite possibilities.

The ultimate promise of technology is to make us master of a world that we command by the push of a button. The *otaku* are the avant-garde exploring this world. They grew up taking media for granted. Now they use them as their natural habitat for instant gratification of desires - desires, of course, that they only direct at what the media can give. The time structure of the *otaku* world is one of constant disposition. This attitude of consumerism is also applied to other people, which is a possible explanation for the intensive use of the telephone at every hour of the day.

goede cijfers behalen, maar in wezen zijn het weglopers. *Otaku* is voor hen een schuilplaats.

INFORMATIE-FETISJISME
EN IN-ANIMISME

Het onderwijssysteem waarbinnen de 'industriële krijgers' opgeleid worden, wordt algemeen gezien als een factor in het ontstaan van de *otaku* generatie. *Op school, zegt Yamazaki, leert het kind de wereld in de vorm data en informatie te begrijpen, op een fragmentarische manier, niet systematisch. Het systeem is ontworpen om hen vol te proppen met data, namen en multiple choice antwoorden van examens. De info-splinters worden nergens gecombineerd tot een totaalbeeld van de wereld. Ze hebben geen kenniswaarde, maar het karakter van een fetisj.* Voor deze benadrukking van feiten, van het geheugen en niet van het inzicht, hebben de Japanners alweer een passende uitdrukking gevonden: 'Handboeken onderwijs'. Het bereidt je niet zozeer voor op het leven maar op de alomtegenwoordige televisiequiz-shows, waar de kandidaten detail-weetjes moeten produceren over bijvoorbeeld het leven van Amadeus Mozart, de stripfiguur Ultraman, of de zangers Seiko Matsuda. Zonder context blijft van deze weetjes niets dan een collectie info-chips over.

Informatie-fetisjisme is een centrale term voor Yamazaki. De otaku houden vast aan hetzelfde patroon dat zij op school leerden, een patroon van informatie-verwerving en reproductie. Alleen het onderwerp veranderde: idolen, camera's of rock 'n' roll. Van enig gehalte is, hoe dan ook, geen sprake. Otukies kunnen in elk genre voorkomen. Het is een manier van zijn. Zelfs in de mode treft men ze aan. Daar dragen ze geen trendy kleding voor het plezier, maar ze kleden zich in informatie. Ze lopen er mee te koop, terwijl ze zeggen: Ken je dit? Oh, niet?! Dat is alles. De rock-otaku, bijvoorbeeld, luistert niet naar muziek maar verzamelt gegevens over opnames, namen van musici, producenten, geluidstechnici, studio's, etcetera. De echte otaku toont aan dat we allemaal info-fetisjisten zijn, zegt Yamazaki, hij maakt het Japanse imago tot een karikatuur.

Onze eigen collectie van stukjes en beetjes informatie lijkt inmiddels dicht bij de kern van het *otaku* fenomeen te zijn gekomen: het heeft te maken met nuttelosheid en informatie, maar de rol van media en technologie blijft ambivalent. Tsuzuki denkt dat het fout is *otaku* met media te identificeren, dit zou immers sommigen uitsluiten die wél *otaku* zijn. Dus kijken we maar weer in het *Basisboek voor moderne termen*, dat zelf een uiting is van de gefragmenteerde weetjes- en info-chips cultuur. Onder *otaku zoku* staat dat deze generatie *alleen in de vorm van ego-ismen kan denken als gevolg van een manier om uit de voeten te kunnen met de hi-tech maatschappij. Dit neigt naar een geïsoleerd en niet menselijk bestaan. Deze tendensen strekken zich uit van necrofilie, pedofilie en fetisjisme tot aan de 'voorliefde-ziekte' en computerkragen. Het verschijnsel heeft zich als een gezwel verspreid met de anorganische 'key-board maatschappij' als kankerhaard.*

Japan is absoluut de meest gesemiotiseerde maatschappij. Alles is teken, alles is oppervlak en interface. Japanners leiden de levensstijl van de tijdschriften. Aan de gezichten van de mensen op straat alleen al kun je aflezen welk tijdschrift ze lezen. Alles zit in kant-en-klaar verpakking. *Otaku* zijn de extremisten van de Japanse mentaliteit informatie te hybridiseren. Met hun machines belichamen zij feitelijk een gesloten circuit-hybride. Een

media saibôgu (media-cyborg: een cybernetisch media-organisme) is een afhankelijk persoon, zoals een couch-potato (kauchipoteto), zo lezen we in *Het warenhuis van de wijsheid*, een imitatie van ons bejubeld *Basisboek*. De media-cyborg leeft dankzij de media. In het cyber-media tijdperk, waar de nadruk op simulatie ligt, zijn hi-tech media een voorwaarde geworden om te overleven. De media-cyborgs in hun elektronische schoot worden ook wel *aliens* genoemd.

De houding van de Japanners tegenover technologie is inderdaad iets bijzonders. Japanse kinderen zijn geniaal met technologie, zoals de één-jarige die zijn vaders auto in de prak reed. Maar, zegt Yamazaki, ze praten en verwoorden hun mening niet goed. Ze voelen zich minder met mensen op hun gemak dan met machines, materialen en informatie. Daardoor neigen zij naar een soort in-animisme. Levende wezens krijgen het predikaat 'ziel-loos'. Yamazaki vertelt over de huisdieren explosie, over hoe honden en katten als een soort mechanisch speeltje worden gezien. Als men op ze uitgekeken is, worden ze gedumpt. Arnold Schwarzenegger en Sylvester Stallone zijn voor veel *otaku* de grote helden, maar niemand zal er over denken ook aan body-buiting te gaan doen of sterk te worden. Deze spierbundels worden gezien als een soort robot, een goed ontworpen machine, die niet verschilt van stripfiguren als *Gundam*. Omdat zij de wereld zien middels beeldschermen en drukwerk, krijgen de *otaku*-kinderen wat bekend staat als het 2-D complex. 2-D is echter. Beeld plus fantasie is hyperrealiteit.

Het in-animisme is misschien de tegenhanger van het traditionele *Shintoïst* natuur-animisme, wat in de huidige Japanse cultuur nog erg leeft. Yamazaki geeft als voorbeeld de Japanse fabrieksarbeiders die hun machines namen geven als Monroe, Hanako of Madonna. Omdat het een systeem betreft van mannen en machines zijn vrouwelijke namen het populairst.

COMPUTER-OTAKU EN
COMMUNICATIEPATRONEN

Door wat we tot dusver leerden over *otaku* en hun relatie tot informatie, media en technologie, kunnen we er vanuit gaan dat hun puurste vorm zich in de computer-*otaku* manifesteert. Ik spreek met Gabin Itoh, redacteur van *Log In* en sinds kort curator en medewerker van een kunstinstallatie op de tentoonstelling 'Tokio Hyperreëel'. Doordat een foto van hem regelmatig in *Log In* verschijnt, is hij nu de held van de computerspelletjes-*otaku* geworden. Wanneer hij in de straten van Tokio's electronica wijk Akihabara wordt herkend, spreekt men hem niet direct aan, maar even later kan hij zelf het nieuws, heet van de naald, op een *otukie* bulletin board zien verschijnen: *Ik heb Gabin gezien! Log In* wordt maandelijks in een oplage van 180.000 exemplaren verkocht aan zijn doelgroep, de spelletjesfanaat tussen de dertien en achttien jaar. Het tijdschrift bevat hoofdzakelijk produktinformatie betreffende spelletjes voor de huiscomputer en daaraan gekoppelde hardware, *manga* en animatiefilm-series, vooral duistere series als *Gundam* of *Godmars*.

Als ik alles over de capaciteit van de *otaku* computer-netwerken wil weten, somt Itoh enkele gebieden op: spelletjes, *manga*, *rorikon* (zie onder), muziek (uitwisselen van midi-data van soundtrack-kopieën of de nieuwste videospelletjes), oorlog (luchtwapens), alles wat je je kunt

☛ Mostly, *otaku* avoid face-to-face communication, but communicate to excess via technical media. The structures of their exchange of information are *uwasa* (rumour) and *kuchi-komi*, (oral communication, gossip), minor communication and *ofu-rekôdo* (off the record), rupture, fictionality, and play (e.g. telephone-games and -parties), dispersal of the self into the network, and in the last instance - discommunication. The importance is in speaking, not what is spoken. *Otaku* characteristically speak without context. They live in the simulacrum of a self-referential system which is not subjected to content. Central is the awareness: there are media.

Basically they can communicate only with the same type *otaku*. Their exchange is not interactive, they only show off their information. People categorize each other by their predilection for certain details. If two of them find overlapping tastes they get along well, if not they don't have anything to say to each other. No proselytism drives them to preach their way.

Nagoya is today's centre of the *otaku*. They make up whole neighbourhoods and relevant sectors of the population. Nagoya is a non-place, a dead, boring city with nothing happening, therefore the only thing to do is go into the networks.

SIXTEEN THOUSAND
ALONE-BUT-NOT-LOVELY PEOPLE
IN ONE SPOT

After so much talk about them we now leave the editorial offices and visit one of the rare occasions when the shy and unsociable *otaku* meet. The *komi-keto* (comic market) started out as a fair for non-commercial comics and is held twice a year. At the last, on the 18th and 19th of August in Makuhari-Fair, sixteen thousand *anime-mania* (animation maniacs) from various countries gathered. They were joined by representatives of all the other major otucky genres: amateur radio-*otaku*, idol-*otaku*, techno-*otaku*, plastic model-*otaku*, uniform-*otaku* etcetera, etcetera. All of them have their own magazines which are here littering the long rows of tables. These *minikomi* keep up the communication in the increasingly differentiating and specializing world of *otaku*. Just about all of them contain *manga*. The special attractions in Makuhari-Messe were the *kosu-pure* (costume plays) scenes from favorite animation tv-series are re-enacted - as comic figures in full gear, of course.

Manga are a big market. The estimated total circulation of all comic books in 1988 was 1.758.970.000. Some of them as thick as telephone books, they are omnipresent in subway-trains, restaurants, and book-shops. Successful series are re-made into book versions with again million copy sales, and into tv-animation and video-games. The one with the highest circulation, *Shônen Jump*, sells five million copies a week. According to Yamazaki it is the most otucky magazine, containing a lot of violence, mechanics, fantasy, and combinations of all three like *Gundam*, or *Ultraman*.

Beneath the commercial *manga* - in the 'underground' if you will - we find the *manga* drawn by *otaku*. They are produced in small print runs to be circulated and exchanged at *komike* or by mail and the more successful ones in *manga*-stores like *Takaoka* in Kanda or *Manga no Mori* in Shinjuku. The bookstore *Shôzen* in Kanda is

another place where on a Saturday afternoon masses of *otaku* in jeans or school-uniforms are grimly elbowing their way through the narrow aisles, quietly browsing through comics and idol-fan magazines, soft-pornos and games, game music cds, Dragon Quest and plastic comic figures, phonecards with *manga*-characters and idols on them, posters, and plush animals. Here one finds a small selection of the garage comics from the *komiketo* with titles like *Uncolored*, *Cupid*, *Hyperactive*, *Paf Paf*, *Blind Logic* or the one with the extended English title *Wing. That's Gret* (sic) *It covers various kinds of Comics and Novels which makes you feel at home.*

In most cases these *manga* are hybrids or genre mutations of given commercial models. They show an attitude of joyful 'playgariism' that does not even strive to be original. The only really 'original' aspect about them is that in contradistinction to the the ones you buy in the convenience store *otaku manga* contain uncensored depictions of primary sexual organs. In a country where every single pubic hair intended for publication in film or print, has to be covered up or sandpapered out the fact that these *manga* show it all is almost revolutionary.

We can safely assume that a large part of the sex-life of *otaku* is represented by comic figures in *manga*, animation and video games. Sex to them is not physical but medial. They don't have lovers, in part because they are afraid of girls and find two-dimensional satisfaction much safer. In that sense the guy from *Sex, Lies and Videotape* can be thought of as the Western correlate to the post-sexual *otaku*. Yamazaki offers another explanation: two-dimensional sex is a reaction to the pressure of male chauvinism. Boys refuse to grow up to become the regular *mucho*. They don't like to be aggressive. True, in the comics there is a lot of violence, sm, lashing, and bondage, but in the real world they could not do it - they're too shy.

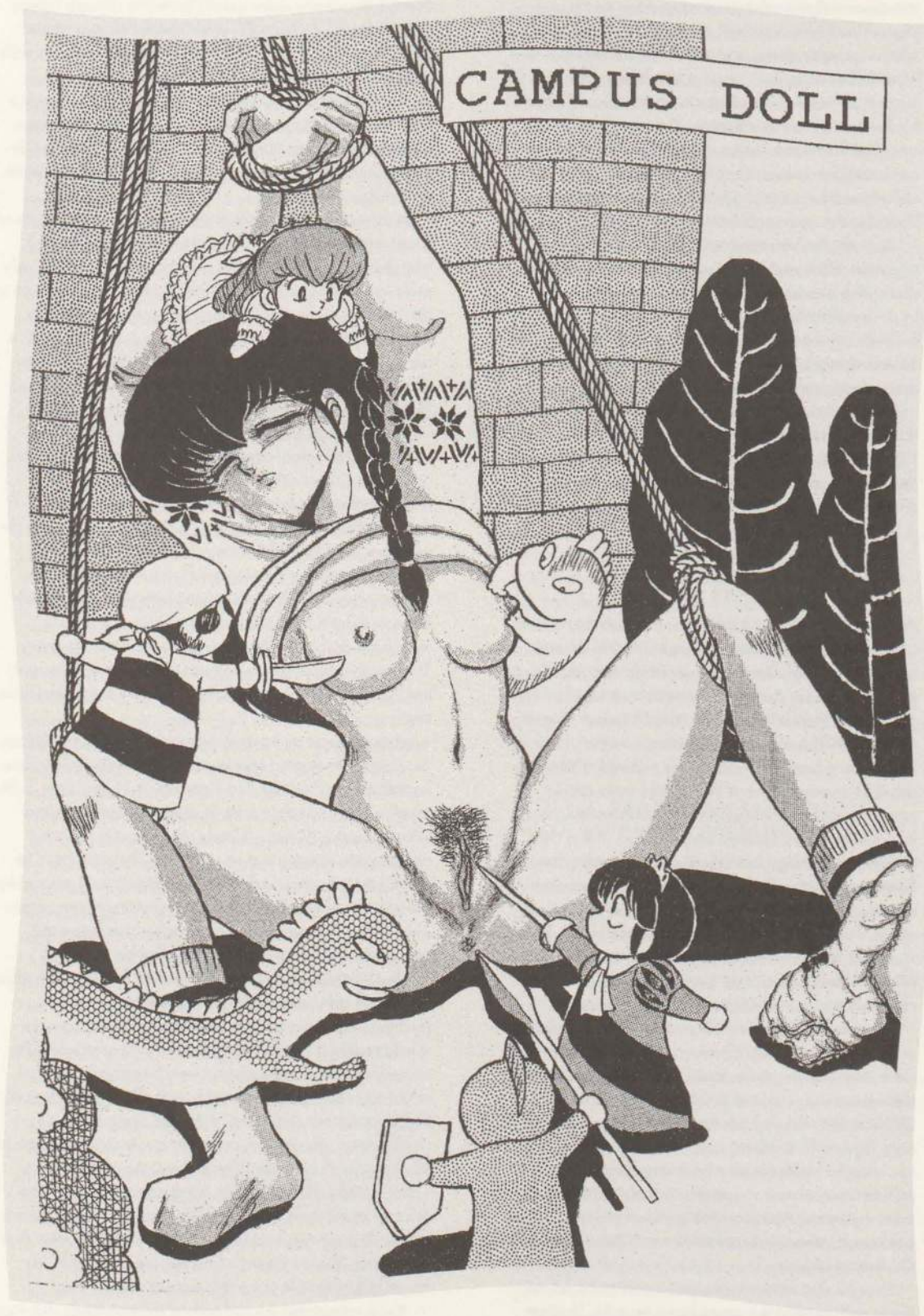
A major genre in the *manga* porno world are little children. A term that frequently appears in this context is *rorikon*, from, according to our faithful *Basic Knowledge of Modern Terms*, Lolita complex (after Nabokov's novel). It signifies the strange sexual taste for teenage girls. It is so closely related to *otaku* that the encyclopedia names it as most significant characteristic. One also calls the *otaku* a *yaoi-zoku* (the generation of fans of young girls). The suspected child murderer Miyazaki's victims were between age four and seven [much younger than the teenager that *rorikon* are supposed to like]. So is it not a mistake to call him an *otaku*?

On this point we have to disagree with the *Basic Knowledge*. To identify *otaku* with the fairly mainstream cultural predilection for a teenage sex ideal would mean to ignore a whole wealth of more bizarre forms of otucky expression. For example *In Spite of... you know it*, *Lemon Impulse* and *Submarine*, which cater to the uniform-sex fan *otaku*. Or *Juggs* for fans of big-breasted hermaphrodites. Or *Samson* a magazine with cartoon strips, photos and poems that is completely devoted to fat, old gays. The sex ideal that in this realm corresponds to Lolita would be the aged sumo. It is hard to imagine what a fifteen-year-old *otaku* would find elevating about these pornos. Maybe they represent the pure, abstract sex, the simulation of stimulation. But we have to admit we cannot look into the hearts (if that's the right organ - ed) of many young men.

Since we covered sex and rock 'n' roll you might also want to know about drugs. Answer: none. *Otaku* are anti-somatic. Information is their only drug, and its mainlined.

Comics have directly and indirectly influenced large areas of the Japanese culture, from advertising to junk stores that are

CAMPUS DOLL, form
Mihōjin Geshuku III
(Widow's Lodgings).



PAGINA 210

Mediamatic

VOL 5 #4

exclusively devoted to goods with the mark of one single comic-figure. If a new trend comes up in one of the media it is instantaneously picked up by all others. Pop music idols are shaped by the Let's-be-manga-figures trend, and they in turn cause new genres in *manga*, animation and games. And, of course, they have their own *otucky* devotees. Only the *komiketo* idol *otaku* were a little under-represented but they now have their own events and gatherings. Idols are mostly singers, but there are also *puro-res* (professional wrestling) idols like 'Cutie' Suzuki (21) and 'Dirty' Yamato (20). These living mixtures of battle- and *rorikon-manga* are also known as *fighting dolls*. But idol generally refers to young girls with cute faces who are mass-produced into 'talent singers'.

The *Basic Knowledge* 1990 is silent on the idol phenomenon, so we have to refer to the *Store of Wisdom* again. Under *idoru-shisutemu* (idol system) we read: *What we call the idol system of the Eighties is the fiction game, where the sender and the receiver become one single thing. And we have to separate this from the charisma of the earlier age of what was called the star system (staa-shisutemu). The Eighties are represented by the new type of idol like Masahiko Kondo and Seiko Matsuda. They concretized the spirit of the Eighties which has been determined by simulationization, thus making disappear the difference between reality and fiction.*

The recent case of attempted suicide by Akina Nakamori was a break in the paradigms of idol-ism. Unlike Matsuda, she had separated her private life from her activity on stage, and thereby maintained a relatively mysterious nature. But she failed because the audience demanded coolly that its idols exist only inside the media.

The 'new type' that Matsuda represents is called *burikko*. The word is derived from *huri* (to act, pretend) plus *-ko* which makes it cute. It would roughly translate to 'sweet little pretender' or if you interpret it sarcastically you could also say 'fucking little liar'. *Burikko* refers to unattractive girl singers who pretend to act especially stupid. They look way too cute with their wide-open big eyes and too much lace. They look like *manga* characters. They seem helpless, but, in fact, are not stupid and rule with an iron fist. Matsuda Seiko was a born *burikko*. She has crossed eyes and protruding teeth. The kids went crazy and the older women hated her, because her simulated stupidity was an insult to women. The *burikko* ideal was, of course, immediately picked up by *manga* and animation.

This is the dominant entertainment culture. The *otucky* practice of idol worship involves collecting artifacts and information not only on one, but on ten or a hundred idols. Mostly they don't pick the big ones like Matsuda but the B-grade or 'minor' idol-singers. Of course, they have to keep track of their schedules and have to have all the records, postcards, t-shirts and other paraphernalia. But they wouldn't be *otaku* if they were satisfied with ready-made industrial products. They come in two sub-categories: the videotaper and the photographer. The video-*otaku* checks all the tv-programs in which his idols might appear, records them all, and then edits the tapes. The camera-*otaku* has chosen a harder task. The idols regularly give promotion or mini-concerts on the roof-tops of department-stores or in the summer in swimming-pools. Since unauthorized photographing is

prohibited, the *otaku* sneak in. Sometimes three or four of them carry in the camera in pieces and then assemble it inside. Security on the way out can be really tough. So the kids run away leaving expensive camera equipment with huge tele-lenses behind. You can find whole collections after a concert. They only take the film, which is worth enough to buy new cameras. Three hours later they sell the photos on the streets in Harajuku. The highest value are shots in which the wind blows up the girls' skirts to reveal their underwear.

The hybrid system of *aidorus* and *aidorians* is pretty hyper-real, but even weirder is the virtual idol Yui Haga (the 'name' is actually the word for 'irritated, impatient, annoyed', literally 'a toothache'). Virtual she is because she does not exist. She is a phantom consisting of different girls who lend Haga her voice or her body. At concerts her face remains hidden and her voice is play-back. She is an assemblage in a way quite similar to the puppets in *hunaraku*. When Haga recently published a photo-book there were three girls at the book signing. People would stand in line before the one they thought to be the 'more real' Haga-chan. An exhibition with her 'original' art work, scheduled for early November, was postponed. But rumour has it that the actual paintings have been done by several renowned artists. The title of the exhibition will be: *Does mysterious idol dream of human-faced sheep?*, a malicious homage to Philip K. Dick's *Do Androids Dream of Electric Sheep?* which served Ridley Scott in the making *Bladerunner*.

The presumption from the beginning that *otaku* perform a perpetual play on the border between the animate and the inanimate seems to harden. Android, a somewhat old-fashioned term, is quite fit for idol Yui Haga as well as for the *otaku*. They look like humans but they aren't, and they're playing with factoids (look like facts, but aren't). The idol is pulling her willing followers by the nose. Understandable then that they in turn need their puppets to manipulate.

Idols like Chisato Moritaka appear reduced in size but only marginally more plastic in the form of models. The model *otaku*, who were also present at the *komikete* at Makuhari Fair, house a wide variety of entities - real and non-real - in their miniature world: models of idols and comic figures, Godzilla and Garland, automobiles and militaria. Again the real *otaku* distinguishes himself from the mere maniac in that he is not satisfied with the commercial kits. The garage kits they produce in runs of a hundred are really detailed and elaborate. One of the major magazines for the model *otaku* is *Do-Pe. Identity Magazine For You* with a circulation of 'only' 40,000.

One might get the impression that all *otaku* are techno-freaks, but they do not dislike nature *per se*. There are even *otaku* into tropical fish and fossils - as long as they do it the *otaku*-way. The Attitude counts, nothing else.

But there can be no doubt that most strands of *otaku* have a close connection to media and technology. The pure techno-*otaku* has his major forum in *Radio Life*. This started out as a magazine for amateur radio operators, who came to be called *akushon-bandaa* (action bander), which in view of their considerable subversive potential seems more appropriate. *Radio Life* features background and consumer information on electronic devices and



3 Idols,
photographed at the
Komi Ke To '90
at *Harumi Fair* by Ina
Kôtarô from *Do-Pe*
magazine.

PAGINA 212

Mediamatic

VOL 5 # 4

bedenken. Voor elk wat wils. Wat trouwens niet iedereen een computer-otaku maakt. Ze gebruiken de elektronische netwerken gewoon als media die hen in staat stellen thuis te blijven en gelijkgestemde zielen te ontmoeten, zonder enig lichamelijk contact. Maar natuurlijk heb je ook de *hard core* computer-otaku, zoals de krakers, die hierboven in één adem werden genoemd met pedofielen. De betekenis van technologie, verklaart Itoh, is deze: als we iets vinden wat onmogelijk lijkt, doen we het. Zoals de kraker die ontdekt dat hij data kan vernietigen en dat dan dus ook doet. Hij denkt niet na over de betekenis ervan. Vanuit dezelfde gedachte worden ook voor de lol virussen verspreid. Als de een of andere techno-maniak er in slaagt de kopieerbeveiliging van DAT-recorders te breken - als hij daar in zou slagen, verwacht dan niet van de ware otaku dat hij nog muziek in huis zal hebben. Het is alleen maar een spel, zinloos. Als ze slimmer blijken te zijn dan de beveiligingssysteem, is dat toch genoeg? Otaku is geen synoniem voor creativiteit maar veel creatieve mensen zijn otaku. Itoh is overtuigd van hun eindeloze mogelijkheden.

De ultieme belofte van technologie is over een wereld te heersen waar elk bevel met een druk op de knop uitgevoerd wordt. Otaku vormen de avant-garde die deze wereld exploreert. Zij groeien op in de vanzelfsprekendheid van de media. Nu gebruiken zij deze als natuurlijke omgeving voor de instant-bevrediging van hun verlangens, verlangens die natuurlijk afgestemd zijn op het aanbod van de media. De tijdsstructuur van de otaku-wereld wordt voortdurend bijgesteld. Deze consumptieve houding wordt van iedereen verwacht, wat een mogelijke verklaring zou kunnen zijn voor het intensieve gebruik van de telefoon, de gehele dag door.

Meestal vermijden de otaku de lijfelijke gesprekken, ze communiceren overdreven veel via de technologische media. De constructies van hun informatie-uitwisseling zijn *uwasa* (geruchten), *kuchi-komi* (verbale communicatie, roddels), kletspraatjes en *ofu-rekôdo* (off the record-informatie), ruzie, fictie, spel (telefoonspelletjes en -feestjes), versnippering van het Zelf in het netwerk, en in laatste instantie discommunicatie. Het draait om het spreken, niet om het gesproken te worden. Typisch voor otaku is het praten zonder context. Zij leven in de schijnwereld van een naar zichzelf verwijzend systeem dat niet gericht is op inhoud. Centraal staat het bewustzijn: er zijn media!

In wezen kunnen zij alleen met eenzelfde type otaku communiceren. Hun informatie-uitwisseling is niet interactief, ze pronken slechts met hun informatie. Ze categoriseren elkaar aan de hand van hun voorkeuren voor bepaalde details. Als twee otaku ontdekken dat ze een gelijke smaak hebben, kunnen ze het goed met elkaar vinden. Als dat niet het geval is, dan hebben ze geen boodschap aan elkaar. Ze zullen de ander niet proberen te bekeren.

Nagoya, zo werd me gezegd, is het tegenwoordige centrum van de otaku. Zij vormen hele buurten en maken er een belangrijk deel van de bevolking uit. Nagoya is een non-plaats, een dode, vervelende stad, waar niets gebeurt. Het enige wat dus rest is om de netwerken in te gaan.

ZESTIENDUIZEND MENSEN ALLEEN
MAAR NIET EENZAAM BIJEEN

Na zoveel over hen gesproken te hebben, verlaten we nu de redactie-kantoren om één van de zeldzame gelegenheden

te bezoeken, waar de verlegen en on-sociale otaku elkaar ontmoeten. De *komi-kato* (stripboeken-markt) begon als een niet-commerciële strip-markt en wordt twee keer per jaar gehouden. De laatste keer, op 18 en 19 augustus 1990, in de Makuhari-Messe, verzamelden zich daar 16.000 *anime-mania* (animatie-maniakken) uit verschillende landen. Daarbij voegden zich vertegenwoordigers van alle belangrijke otukie-genres: radio-amateur-otaku, idool-otaku, plastic modelbouw-otaku, uniform-otaku, etcetera etcetera. Allemaal hebben ze hun eigen tijdschriften die hier rijenlang de tafels vullen. Deze *minikomi* handhaven de communicatie binnen de steeds meer gedifferentieerde en gespecialiseerde otaku wereld. Bijna allemaal hebben ze *manga*. De speciale attracties op de Makuhari-Messe waren de *koshi-pure* (kostuumspele), scènes uit geliefde tekenfilms op de televisie, die nagespeeld werden door, natuurlijk, de stripfiguren in levende lijve.

Manga zijn grote markten. De totale distributie van stripboeken in 1988 wordt geschat op 1.758.970.000. Sommige zijn zo dik als telefoonboeken, ze zijn alom aanwezig in metro-treinen, restaurants en boekhandels. Succesvolle series worden opnieuw uitgebracht in boekvorm, waarvan weer miljoenen exemplaren verkocht worden, en er worden televisie-tekenfilms en video-spelletjes van gemaakt. De grootste distributie kent *Shônen Jump*, hier worden vijf miljoen exemplaren per week van verkocht. Volgens Yamazaki is dit het meest *otukie* tijdschrift, met veel geweld, mechanica, fantasie, en combinaties van deze drie elementen, zoals in *Gundam of Ultraman*.

Verborgen achter de commerciële *manga* - in de *underground*, zou men kunnen zeggen - vinden we de door otaku getekende *manga*. Ze verschijnen in kleine oplage en worden op de *komike* uitgewisseld of per post verzonden. De meer populaire zijn ook verkrijgbaar in *manga*-winkels als *Takaoka* in Kanda, of *Manga no Mori* in Shinjuku. Een andere boekhandel in Kanda, waar de otaku op zaterdagmiddag, als gewoonlijk in jeans of schooluniform, massaal naar toe trekken, is *Shôzen*. Met veel ellebogenwerk struinen ze door de nauwe gangetjes, op zoek naar stripboeken, idool-fan tijdschriften, soft-porno films en spelletjes, cd's met spelletjes-muziek, Dragon Quest en plastic stripfiguurtjes, telefoonkaarten met *manga*-figuren erop, posters en pluche beesten. Hier kan men een kleine selectie van de garagestrrips van de *komiketo* aantreffen, met titels als *Ongekleurd*, *Cupido*, *Hyperactief*, *Paf Paf*, *Blinde Logica*, of die met de uitgebreide Engelse titel *Wing. That's Gret(sic!)*. *It covers various kinds of Comics and Novels which make you feel at home.*

In de meeste gevallen zijn deze *manga* hybriden of genre-mutaties van bestaande commerciële voorbeelden. Ze etaleren een plezierig soort 'plageriaat', zonder originaliteit te ambiëren. Het enige, echte 'originele' aspect dat zij bezitten, is dat je, in tegenstelling tot de exemplaren die normaal verkrijgbaar zijn, in de otaku *manga* ongecensureerde afbeeldingen van primaire geslachtsorganen aantreft. In een land waar elk schaamhaartje, dat bedoeld is om in film of drukvorm afgebeeld te worden, onmiddellijk weggeretoucheerd of bedekt wordt, is het feit dat deze *manga* alles laten zien, nogal revolutionair.

We kunnen gerust aannemen dat een groot deel van het sex-leven van de otaku zich in de stripfiguren van de *manga*, animatiefilms en videospelletjes manifesteert. Voor



components. For example, on police radar-systems and detectors, the smallest of which is for motorcycle-riders: worn at the side of the helmet it warns the wearer with buzzer or LED. Or an article on satellite interception. By the way: the Trotskyist group *Chūkakuha* (middle core faction) was recently discovered to have prepared jamming stations on strategic roofs around the imperial palace to disrupt the live broadcast of the enthronement ceremony. So it's not as if no one is using this subversive information in practice.

Once a year *Radio Life* brings out an even more hardcore 'Underground RL'. The latest issue features a do-it-yourself kit for an electronic time fuse for any kind of bomb. The following article is on model-kits for hand grenades (the original German WWII model or if you prefer, the classic design of the American MK2). The next one is on how to build a stun-gun from the condenser of a disposable camera. You can use it to give your next-door *otaku* a 35.000 - 80.000 Volt shock. The last example from this iniquitous hacker rag is the board lay-out for an adaptor that circumvents the DAT-copy-protection (a nasty little compromise between the music and the hardware industries that allows only one digital copy of every CD - the kind of misuse of technology that just begs to be hacked). In the *Underground Radio Life* the *otaku* with subversive ambitions gets the full description how it works and how to crack it.

Other fans of *Radio Life* are military and police-*otaku*. They are girls into wearing the original uniforms of policewomen and boys driving around in 99.9 per cent 'real' police cars. The ads show where the sirens, radios, helmets, badges and accessories down to the official whistle and necktie-pin come from. Except for the guns - and even those are as-close-as-you-can get plastic models - everything is as real as the stuff the genuine military or police is using, simply because the *otaku* buy it from the same dealers the State does. When the real and the imaginary become indistinguishable the real becomes a fetish.

INFORMATION-CRIME

I don't think that this is an expression of genuine militarist or terrorist intentions, nor is it the lure of the forbidden *per se*. *Otaku* also like to use technology for other than its intended purposes. But basically, it's an empty, content-less joy of technology and information that drives them. In that sense there is no significant difference between game-*otaku* and radio-hackers, idol-maniacs and magnet-card forgers. The structure is the same. Essential for every *otaku* is a web of technical details, whether on cameras or police cars, on fictional spaceships or 'art trucks'. Knowledge is important to be able to communicate. Information is the essence of the *otaky* life-style.

Though minuscule discrepancies in the informational level can have immense consequences for *otaku*, they seem to be less discriminating with ideologies. War and sex, fantasies of mass murder and sado-masochistic rape appear regularly in their media. And sometimes one of them finds it hard to discriminate the world in which no one dies because every one is a phantom to begin with, from the other one where little children, when you

torture them a little bit, really die. *Log In's* Gabin Itoh told me the story about this guy who lived completely in a computer world. One day he saw a man standing on a subway platform and without any reason he pushed him down in front of the train. He didn't think of death, says Itoh, it was so easy.

In July 1989, Tsutomu Miyazaki (27) was arrested for the suspected abduction and murder of four girls age four to seven and the attempted molestation of another girl. In his flat in Tokyo were found piles of *manga* and a collection of six thousand videotapes, mostly dubbed from rental-tapes, including child pornography and horror-videos. He was socially isolated, didn't dare approach women, was jobbing as a printing shop assistant, was crazy about video and comics, and drew comics himself - easy equation to call him an *otaku*.

Shortly after his arrest it was suspected that Miyazaki had re-staged some of the horror-video scenes, like the one with the guy who cuts up a woman and then fondles the dissected corpse and plays with its internal organs. But the theory could until now not be confirmed. Miyazaki admitted the killings at the beginning of the trial on 30 March 1990, but denied that his crimes were connected with videotapes, though he did state that he took videos of two of his victims so he could view them later on. He also said he committed the crimes as if in a dream and without intent.

The defence counsel contends that the defendant is emotionally immature and has difficulty making a distinction between himself and others. He lacks understanding of life and death, and has a strong desire to return to his mother's womb. The defence also argued that the audiovisual culture of videotapes and television, the lack of a sense of reality in the information society and the isolation of youth are behind the crime as sicknesses of modern society. The findings of a psychiatric test was that Miyazaki has little self-control and lacks emotions but is capable of being held responsible. The trial is still pending.

The thrust of the public discussion on this *otaku*-murder case was that the horror-videotapes and the media culture are somehow responsible. In reaction to Miyazaki, the Tokyo Metropolitan Government began to consider restricting the access of minors to videos that depict scenes of violence. The video market exercised voluntary restraints.

The comments of the cultural critics split roughly into two lines of argument. Either he was a mental case, and therefore a sick exception or: there is a Miyazaki in every one of us. This technique is frequently applied when the Japanese culture has to deal with a nail that sticks out: either you exclude it as something extraordinary, preferably non-Japanese, or we are all...

According to Yamazaki these hasty conclusions are out of place: *We want to understand him, but we know we don't. Everybody asks 'Why has he done that?' But we should rather ask 'Why don't we do it?' Many otaku have the same lifestyle as him, but I don't think they would do such a thing. Miyazaki's biography is not so special. He could not communicate with women, but that's not unique. It was said that he lives in a fantasy world, but maybe we are all living in a fantasy. I don't think he's crazy, because I can understand a part of him. So I'm scared. But I'm not a moralist.*



PAGE 213

Mediamatic

VOL 5 # 4

CUTIE PRESS,
Fighting Magazine for
Cutie Suzuki & JWP
Fan, Tokyo 1989,
cover.



hen is sex niet iets lichamelijks maar iets mediaals. Ze hebben geen minnaressen, voor een deel omdat ze bang voor meisjes zijn en het daarom veiliger vinden tweedimensionaal te vrijen. In die zin kan de jongen uit *Sex, Lies and Videotape* gezien worden als het Westerse voorbeeld van de post-sexuele *otaku*. Yamazaki heeft nog een andere verklaring: tweedimensionale sex is een reactie op de druk van het mannelijk chauvinisme. Jongens weigeren de doorsnee macho te worden. Ze willen niet agressief zijn. In de strips mag dan veel geweld, sm, geseling en bondage voorkomen, in het echte leven zouden ze het nooit kunnen, ze zijn gewoon te verlegen.

Een belangrijk genre in de pornowereld van de *manga* wordt door kleine kinderen bepaald. Een term die in deze context vaak voorkomt is *rorikon*. Een bijzonder cryptisch anagram dat niet opgelost kan worden zonder ons trouwe *Basisboek voor moderne termen: Rorikon* (Lolita-complex), genoemd naar de roman van Vladimir Nabokov. *Het wijst op de vreemde seksuele voorkeur voor tienermeisjes*. Dit is zo nauw verbonden met *otaku* dat de encyclopedie dit het belangrijkste kenmerk noemt: *Men noemt de otaku ook wel yaoi-zoku (een generatie van liefhebbers van jonge meisjes). De slachtoffers van de verdachte kindermoordenaar Myazaki waren tussen de vier en zeven jaar [dus veel jonger dan de tiener waarop de rorikon geacht wordt te vallen - vó]. Is het dan niet verkeerd om hem een otaku te noemen?*

Deze keer moeten we het oneens zijn met het *Basisboek*. Wanneer je *otaku* identificeert met de tamelijk gewone culturele voorkeur voor tienersex, negeer je een heel scala van veel meer bizarre uitingen van *otaku*. Neem bijvoorbeeld *In tegenstelling tot...je weet wel, Lemon Impulse* en *Submarine*, die voor uniformsex in het leven geroepen zijn. Of *Juggs*, voor de liefhebbers van hermafrodieten met grote borsten. Of *Samson*, een tijdschrift met cartoons, foto's en gedichten, dat geheel gewijd is aan dikke, oude homo's. Het sex-ideaal dat in deze wereld zou corresponderen met Lolita, zou de overjarige Sumo-worstelaar zijn. Het is moeilijk voorstelbaar wat een vijftienjarige *otaku* zo opwindend aan deze porno vindt. Misschien vertolkt het wel de pure, abstracte sex, de simulatie van de stimulatie. We moeten echter toegeven, dat we ook niet in het hart van vele andere jongeren kunnen kijken.

Nu we het over sex en rock 'n' roll gehad hebben, bent u vast benieuwd naar drugs. Antwoord: geen drugs. *Otaku* zijn anti-somatisch. Informatie is de enige drug waarmee zij zich injecteren.

Strips zijn, direct en indirect, van invloed geweest op grote gebieden van de Japanse cultuur, van de reclame tot rommelwinkeltjes waar alleen spullen verkocht worden met het merk van een enkele stripfiguur erop. Als er in één van de media een nieuwe trend opduikt, wordt deze meteen door de rest opgepikt. Idolen uit de popmuziek zijn gevormd door de trend om een *manga*-personage te zijn, en omgekeerd zorgen zij voor nieuwe genres in *manga*, animatie en spelletjes. En ze hebben natuurlijk hun eigen *otakie*-devotées. Alleen de *komiketo* idool-*otaku* waren mager vertegenwoordigd, maar deze hebben hun eigen evenementen en bijeenkomsten. *Idols* zijn veelal zangers, maar er zijn ook *puro-res idols* (professioneel worstelen) als 'Cutie' Suzuki en 'Dirty' Yamato. Deze levende mengsels van gevechts- en *rorikon manga* staan ook bekend als

knokkende poppen. Maar voor het grootste deel gaat het toch om jonge meisjes met hun lieve snoetjes die massaal tot 'talentvolle zangeressen' gebombardeerd worden.

Het *Basisboek* 1990 zwijgt over het idoolverschijnsel, daarom halen we het boek *Het Warenhuis van de wijsheid* er maar weer bij: onder *idoru-shisutemu* (idool-systeem) lezen we: *Wat wij het idool-systeem van de jaren tachtig noemen, is het fictie-spel waar zender en ontvanger dezelfde zijn. Dit moeten we onderscheiden van het charisma uit het verleden van het sterrensysteem (staa-shisutemu). De jaren tachtig worden gerepresenteerd door een nieuw type idool als Masahiko Kondo en Seiko Matsuda. Zij belichamen de geest van deze tijd, die bepaald wordt door simulatie en dus de verdwijning van het verschil tussen realiteit en fictie*. De recente zelfmoordpoging van Akina Nakamori was een klap voor het paradigma van het idolisme. In tegenstelling tot Matsuda leidde zij een strikt gescheiden privé-leven en bleef voor het publiek dus relatief mysterieus. Ze faalde omdat haar publiek ijskoud eiste dat idolen alleen in de media kunnen bestaan.

Het nieuwe type dat Matsuda representeert, heet *hurriko*. Een goed ingelichte vriend vertelde me dat het woord afstamt van *huri* (doen alsof), aangevuld met *ko*, om het iets schattigs mee te geven. Vrij vertaald komt dat neer op: *kleine aansteller*, of wat sarcastischer: *gemeen liegbeestje*. *Burriko* refereert aan onaantrekkelijke zangeresjes die extra dom doen. Ze zien er veel te leuk uit met hun wijd open-gesperde ogen en teveel kant. Ze lijken op *manga*-personages. Ze lijken hulpeloos, maar zijn bepaald niet dom en heersen met ijzeren hand. Seiko Matsuda was een geboren *hurriko*, met haar schele ogen en vooruit stekende tanden. Ze maakte de kinderen gek van enthousiasme, en oudere vrouwen woedend omdat deze de geveinsde stupiditeit als beledigend voor het vrouwelijk geslacht ervoeren. Vanzelfsprekend werd het *hurriko* ideaal meteen opgepikt door *manga* en animatie.

Zo ziet de heersende amusementscultuur er uit. Nu bekijken we het eens vanuit de optiek van de *otaku*. Hun idool-aanbidding bestaat uit het verzamelen van artefacten en informatie, niet over een enkeling maar over tien of honderd idolen. Meestal kiezen ze niet de grotere idolen, als Matsuda, maar de B-klasse, of de mindere idoolzangeresjes. Natuurlijk moeten zij hun werkschema's bijhouden en in het bezit zijn van alle platen, ansichtkaarten, T-shirts en andere troep. Maar ze zouden niet *otaku* heten als ze tevreden waren met wat de bestaande produkten hen te bieden hebben. Er is sprake van twee subcategorieën: de videotaper en de fotograaf. De *video-otaku* houdt alle televisie-programma's waarin het idool kan verschijnen in de gaten, neemt alles op en monteert daarna de band. De *camera-otaku* kwijt zich van een zwaardere taak. Idolen geven regelmatig promotie- of mini-concerten op daken van warenhuizen of, 's zomers, in het zwembad. Omdat niet geautoritiseerde fotografie verboden is, sluipen de *otaku* binnen. Soms nemen ze het toestel met z'n drieën of vieren in delen mee, om het binnen in elkaar te zetten. Zelfs in de buurt van de hekken wordt alles streng bewaakt, dus verlaten de kinderen het concert met achterlating van dure camera-uitrustingen en enorme telenzen. Wat ze meenemen is alleen het filmpje, dat zo veel waard is dat ze er nieuwe camera's voor kunnen kopen. Drie uur later verkopen ze de foto's in Harajuku op straat. Van de opbrengst kunnen ze weer een nieuwe camera kopen. De

DO-PE

トープ IDENTITY MAGAZINE FOR YOU 夏1990号 Vol.2

DOJIN-SHI
イカス同人誌
百花繚乱の大紹介
同好会誌 明るく悪魔計画
Mer: GEORG, など最高
に楽しい同人誌をBに
紹介!!



COSTUME PLAY
ゲーテンモルゲン
「幕張メッセ」コミケット
・コスプレチェック!
華道にして、仕絶/自己アビ
ーの戦争だ。そんなコミッ
クファンの変装をコレクト。

BATMAN
バットマン
コレクション
古今東西を問わず、バットマ
ングッズを大集結!! アイテ
ムチェックはDO-PEにま
かせろ!! ビリケン、パンダ
イ、スターロクプレス、ペン
クーパー、パーティース、ロ
コミックス、ツクダ、AM
T、アオシマ、タカラ、コン
パース、クインテイル、IKE、
等々。一筆400点を大公開!



GARAGE KITS
ガレージ
キットメーカー
録
士

EK時代の魂昇進、及びメー
ナーの陣営を徹くチェック! 掘
くのは得意だ!! マックスフアク
ト



ORIGINAL SOFT
同人ソフト
名作はこれだ!!
頼り成程、すいーとひるく、
マリスクラブ、マリオネット、
魔境研、ユニークス、Marlin
Software, L-FACTORY
ミッドナイトシアター、蘭沙
仏ソフトウェア、美少女倶楽
部、唯我独尊



著名作家イラストエッセイ
●上村陽子
●シン・ツカサ
●新田真子
●松田隆

ガレージキット作り
はムスカシくない!
ファウスト平八郎と爬沼庵が、
1/6「アリシア」と1/6「イクサー3」
を使ってソフビとキャスト製キ
ットの製作法を大網羅!

遊びゴコロの興奮剤

TM & © 1989 DC Comics Inc.

第2号 BIG プレゼント!

RADIO LIFE, the hard-core underground issue 1990.

Met onder andere een bouw instructie voor tijdbommen en een voor een elektrisch verdovingspistool.

RADIO LIFE, the hard-core underground issue 1990.

Featuring a do-it-yourself kit for time bombs and a manual for building a stun-gun from the condenser of a disposable camera.

PAGINA 216

Mediamatic

VOL 5 # 4



hoogste waarde hebben de foto's waarop de wind het rokje van de zangeres omhoogblaast en haar ondergoed onthult.

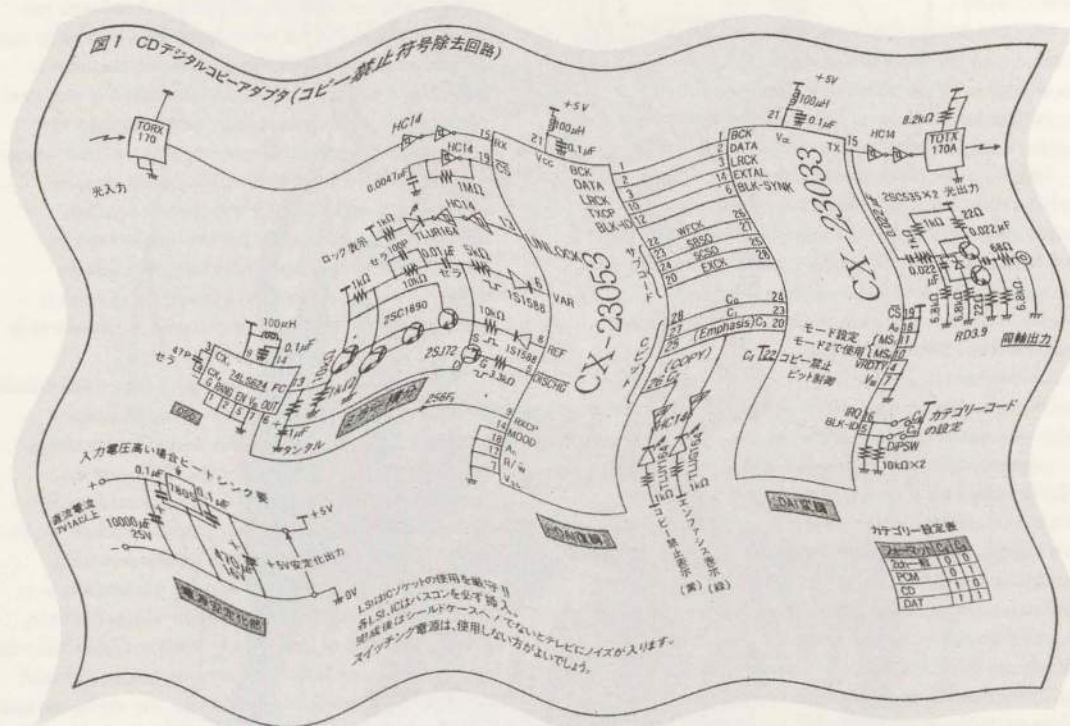
De hybride-systemen van *aidorus* en *aidorians* zijn aardig vreemd, maar nog vreemder is het virtuele idool Yui Haga (de naam betekent: 'geïrriteerd, ongeduldig, geërgerd', letterlijk 'kiespijn'). Virtueel is ze omdat ze niet bestaat. Ze is een fantoom met in haar verschillende meisjes die haar hun stem en lichaam lenen. Op concerten blijft haar gezicht verborgen en haar stem is play-back. Ze is een assemblage die op een bepaalde manier lijkt op de poppen in *bunraku*. Toen Haga laatst een fotoboek publiceerde, zaten er drie meisjes om het boek van een handtekening te voorzien. Mensen stonden in rijen te wachten op degene die zij de *echtste* Haga-chan vonden. Een kunst-tentoonstelling met haar *originale* werk, gepland voor begin november, werd uitgesteld. Geruchten doen de ronde dat de schilderijen van gerenommeerde kunstenaars zijn. De titel van de tentoonstelling zal zijn: *Droomt een mysterieus idool van schapen met een menselijk gezicht?*, een

ondeugende hommage aan *Do Androids dream of electric sheep?* van Philip K. Dick, waarvan Ridley Scott zich bediende in *Bladerunner*. Het aanvankelijke vooroordeel dat de *otaku* een aanhoudend spel spelen op de grens van animisme en in-animisme, schijnt steeds meer bewaarheid te worden. Androïde, een nogal ouderwetse term, is best geschikt voor zowel idool Yui Haga als voor de *otaku*. Zij lijken menselijk maar zijn het niet, en ze spelen met factoiden (zien er uit als feiten maar zijn het niet). Het idool neemt haar gewillige volgelingen bij de neus. Begrijpelijk dat zij op hun beurt poppetjes nodig hebben om te manipuleren.

Idolen als Chisato Moritaka zijn in kleine poppenmodelletjes verkrijgbaar die maar nauwelijks meer plastic zijn dan de levende. De modelbouw *otaku*, die ook op de *komikete* in de Makuhari Messe vertegenwoordigd waren, hebben een grote variëteit aan zaken - echt en onecht - binnen hun miniatuurwereld: modellen van idolen en stripfiguren, Godzilla en Garland, auto's en militaria. Alweer onderscheidt de echte *otaku* zich van de gewone

SCHEMA
 uit *Radio Life*, voor een
 adapter om DAT-CD
 kopiëerbeveiliging te
 kraken.

BOARD LAY-OUT,
 from *Radio Life*, for an
 adaptor that circumvents
 the DAT-copy-protection



Many Japanese think Miyazaki's motivation is connected to our daily life with media and information, and to our human relations. So we are very shocked.

TOWARDS A POSTMODERN PEOPLE

The opinions on the current development of the term otaku vary. The Miyazaki case was certainly a blow to the already not-very-flattering reputation of otaku. But we have to wait for the outcome of the trial to be able to tell whether society will use it to exercise pressure on and discriminate against otaku.

On the other hand the term has expanded in scope. While it first signified a quite distinct *modus vivendi* it came to include more and more phenomena, until it had taken over the function of 'mania'. So today one can interchangeably talk about motorcycle-, stereo-, golf-, or music-maniac or -otaku. Previously, *mamiaku* referred to people who are open for communication and have other interests besides their special craze. Both points did not apply to otaku. And otaku was never used for oneself,

always for others. Through the inflationary use of terms we can perceive how layers of them pile up on top of each other. It seems to be true of all discourses for understanding self and other - they get bloated till everybody has room under them. We are all otaku. We are all Miyazaki. In the end they lose their power of distinction and get replaced by new catch-words.

Another trend is marked by the appearance of the adjective form *otakki* (*otucky*). Yamazaki supposes an etymological relation with *teki*, which is an earlier formation contracted from *technology kids*. The *Basic Knowledge* tells us: After Miyazaki had spoiled otaku, *otakki* was invented to refer to the original meaning and to the change that had taken place. The otaku had moved to a new level where people wear expensive, elegant Yuppy clothes. The *otakki* people try to improve their image from something dark to something bright.

The *Basic* is the only source that perceives a Yuppyfication of otaku. But that it shifted towards a somewhat more positive meaning - even in spite of

maniak omdat hij zich niet tevreden stelt met de voor handen zijnde modelpakketten. De zelfgemaakte pakketten die zij in honderdvoud produceren, zijn zeer gedetailleerd en uitgebreid. Een van de belangrijkste tijdschriften voor de modelbouw-otaku is *Do-pe. Identity Magazine For You*, met een distributie van maar veertig duizend stuks.

Men zou de indruk kunnen krijgen dat alle otaku techno-freaks zijn, maar ze hebben niet per sé een hekel aan de natuur. Er zijn zelfs tropische vissen-otaku en fossielen-otaku. Alles, als ze het maar op otaku-wijze kunnen doen. De houding telt, niets anders.

Toch staat vast dat de meeste otaku-vormen in nauw verband staan met technologie en media. De pure techno-otaku vindt zijn forum in het tijdschrift *Radio-leven*. Ooit begon het als een tijdschrift voor radio-amateurs, die inmiddels *akushon-banda* (energie-bundelaars) genoemd worden, wat, gezien hun aanzienlijk subversief potentieel, een betere benaming is. *Radio-leven* biedt achtergrond- en consumenten-informatie betreffende elektronische handelingen en apparatuur. Bijvoorbeeld informatie over radarsystemen en verklikkers - het kleinste model hiervan is voor motorrijders; het ding wordt aan de zijkant van de helm bevestigd zodat de drager ervan gewaarschuwd wordt door middel van een zoemer of LED. Of een artikel over satelliet-interceptie. Overigens, men ontdekte dat de Trotskistische groep *Chikakuha* (centrale pressie-groep) goed uitgeruste sabotage stations bezat, die strategisch opgesteld waren op daken rondom het keizerlijk paleis, bedoeld om de live uitzending van de kroning te verstoren. Het is dus niet zo dat niemand deze subversieve informatie in de praktijk gebruikt.

Een keer per jaar brengt *Radio-leven* zelfs een nog steviger hard-core nummer uit: *Underground RL*. Het laatste nummer gaat over een 'doe het zelf'-pakket voor een elektronische tijd klok voor elke willekeurige bom. Een ander artikel bestaat uit bouwpakketten voor handgranaten (het originele Duitse ww2 model, of misschien preferereert men het klassieke ontwerp van de Amerikaanse MK2, die als een joystick gehanteerd kan worden?). Dan volgt een stukje over hoe men van een condensator van een wegwerp-camera een verdovingspistool kan bouwen. Met dit pistool kan men de otaku die naast je woont een schokje van 35.000 tot 80.000 volt toedienen. Het laatste staaltje van deze zondige krakerrage is een schakeling waarmee men de DAT-kopieerbeveiliging kan omzeilen. Een flauw compromis tussen de muziek- en hard-ware industrie heeft er voor gezorgd dat cd's slechts eenmaal digitaal gekopieëerd kunnen worden - een misbruik van de technologie dat er om vraagt gekraakt te worden. In *Underground RL* krijgen otaku met subversieve ambities, uitgebreide beschrijvingen over hoe het werkt en hoe het te saboteren.

Andere fans van *Radio-leven* zijn militaire- en politie otaku. Het zijn meisjes die graag originele politie-uniformen dragen en jongens die rondrijden in politieauto's, die voor 99,9 % echt zijn. De advertenties geven uitsluitel over waar de sirenes, radio's, helmen, insignes en accessoires tot aan het fluitje en de dasspeld, vandaan komen. Behalve de pistolen - maar zelfs deze zijn erg waarheidsgetrouwe plastic imitaties - is alles net zo echt als het spul waar militairen en politie zich van bedienen, simpelweg

omdat de otaku het bij dezelfde handelaren koopt als waar de staat het doet. Als het *echte* en de *nep* niet meer van elkaar te onderscheiden is, wordt het *echte* een fetisj.

INFORMATIE-MISDAAD

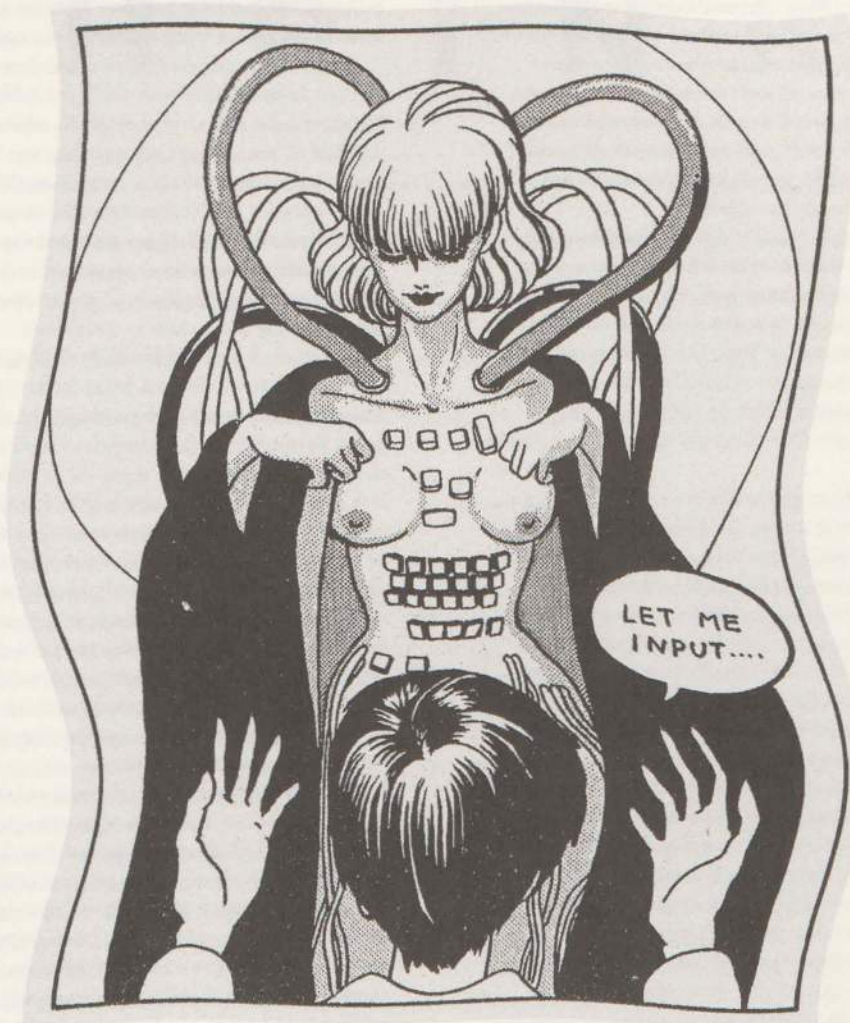
Ik denk niet dat dit een uiting is van doorsnee militante of terroristische bedoelingen, ook niet per definitie de aantrekkingskracht van het verbodene. Otaku houden er van de technologie op andere dan de bedoelde manieren te gebruiken. Maar fundamenteel is hun drijfveer niet meer dan een leeg, inhoudsloos plezier aan technologie en informatie. In die zin is er geen wezenlijk verschil tussen spelletjes-otaku en radio-krakers, idoolmaniakken en magneetkaart vervalers. De structuur is dezelfde. Essentieel voor elke otaku is het web van technische details, betreffende camera's of politieauto's, fictieve ruimtevaartuigen of 'kunst-vrachtwagens'. Kennis is belangrijk om te kunnen communiceren. Informatie is de kern van de otukie levensstijl.

Hoewel minuscule discrepanties op het niveau van de informatie voor de otaku immense gevolgen kunnen hebben, schijnen hun ideeën met betrekking tot ideologieën minder geprononceerd te zijn. Oorlog en sex, fantasieën van massamoorden en sadomasochistische verkrachtingen komen regelmatig in hun media voor. En soms blijkt iemand het moeilijk te vinden de wereld waarin niemand sterft omdat iedereen een fantoom is, te onderscheiden van die andere wereld waarin kinderen, als men ze een beetje martelt, echt sterven. Gabin Itoh van *Log In* vertelde me het verhaal van een jongen die totaal opging in de computerwereld. Op een dag zag hij een man op het Perron van de metro staan en duwde deze, zonder reden, onder de trein. Hij dacht niet aan de dood, het was zo gemakkelijk.

In juli 1989 werd de 27-jarige Tsutomu Miyazaki gearresteerd op verdenking van ontvoering en moord op vier meisjes in de leeftijd van vier tot zeven jaar, en poging tot molesteren van een ander meisje. In zijn kamer in Tokio werden stapels *manga* en een verzameling van zes duizend videotapes gevonden, de meeste gekopieerd van gehuurde tapes, inclusief kinderporno en horror. Hij leefde sociaal geïsoleerd, had geen vrouwelijke contacten, was drukkersassistent, gek van video en strips, en tekende zelf stripverhalen - duidelijk een otaku.

Kort na zijn arrestatie vermoedde men dat hij enkele horrorscènes had willen naspelen, zoals die ene waarin een man een vrouw met een mes bewerkt, haar ontlede lichaam liefkoost en met haar inwendige organen speelt. Dit vermoeden kon tot dusver nog niet bevestigd worden. Miyazaki bekende de moorden aan het begin van de rechtszaak op 30 maart 1990, maar ontkende dat deze in verband stonden met de video-banden, hoewel hij beaamde video-opnamen gemaakt te hebben van twee van zijn slachtoffers zodat hij ze later nog eens kon bekijken. Hij zei ook nog dat hij tijdens zijn daden in een droomtoestand had verkeerd en dat hij geen enkele intentie hierbij koesterde.

De verdediging beweerde dat de aangeklaagde emotioneel onvolwassen was en dat hij problemen had om zichzelf van de anderen te onderscheiden. *De begripen leven en dood zeggen hem weinig en hij heeft een groot verlangen naar de moederschot*, zo werd er gezegd. De verdediging



PAGE 219

Mediamatic

VOL 5 # 4

✪ Miyazaki - is widely acknowledged. Though again, the reasons given vary. Some say society has come to realize that it needs *otaku*. Their fantasies and their detailed technical knowledge make them very attractive employees in, for example, the software industry. *Otaku* are well fit for Japanese capitalism. As has happened before, an underground might prove to be the testing ground from which the commercial mainstream supplies itself with fresh ideas. The former reality hackers graduate from the *otaku* life, go professional and might eventually even get married.

Others attempt to give an alternative meaning to *otaku*. They use the term strategically to depict an ambiguous possibility of a lifestyle in Postmodern society - a way of positively living with media and without meaning. Says Tsuzuki: *Otaku is a way of involvement, an underground way of changing the ideas about the world. Otaku are not satisfied with consuming. They want to change things and programs. They are so much involved. The idol-industry wants consumers, otaku overfulfil their wish. They don't stand for a classic confrontation,*

but they do have the capability of an alternative view. Yamazaki is more ambivalent about them. In his opinion they are under- as well as over-estimated. In a sense they are typical Japanese. They are no drop-outs, but part-time outsiders. I wonder whether otaku will create a new culture. It's a kind of experiment, but I think otaku are the only way. Whether they have a subversive potential? I hope so. I hope they will become a real shinjinrui, a new kind of Japanese, I mean, a Postmodern people.

In the end we raise the question whether the possibility exists for a mode of being outside oneself without being out of one's mind, of being dispersed in cyberspace and still finding life worth living, and whether there might even be a subversive element in Postmodern media culture. But unfortunately the object of our inquiry does not answer. The centre of communication does not communicate itself, it is the blind spot without which we can not see. For as a self-proclaimed *otaku* said: *The question Who is otucky? is like the zen-koan What is satori? It can not be answered because satori is inherently that which can not be communicated.*

The author owes special thanks to Ina Kotarô, Barbara, Alfred Birnbaum, Yano, David and Ueno.

meende ook dat de audio-visuele cultuur van videotapes en televisie, het gebrek aan realiteitszin in onze informatiemaatschappij en de geïsoleerdheid van de jongeren een ziekte zijn van de moderne samenleving en verantwoordelijk zijn voor dit soort misdaden. De uitslag van een psychologische test was dat Miyazaki weinig zelfbeheersing heeft, emotioneel onderontwikkeld is, maar wel verantwoordelijk gesteld kan worden voor zijn daden. De zaak is nog niet afgesloten.

Het venijn in de publieke discussie over deze *otaku* moordzaak, ligt besloten in het feit dat de horror-video banden en de mediacultuur op de een of ander manier verantwoordelijk zijn. In reactie op de zaak Miyazaki begon het stadsbestuur van Tokio zich te beraden over eventuele beperkingen die opgelegd zouden moeten worden aan de toegankelijkheid van gewelddadige video's voor minderjarigen. De videomarkt legt zichzelf vrijwillig aan banden.

Het commentaar, geleverd door verscheidene cultuurcritici kan grofweg in twee stromingen verdeeld worden. Of hij was mentaal gestoord en daarom een zieke uitzondering, of: er zit een Miyazaki in ons allemaal. Deze strategie wordt in de Japanse cultuur vaker gebruikt als zich iets opvallends voordoet: of men behandelt het als buitengewoon, liever niet Japans, of we zijn allemaal...

Volgens Yamazaki zijn deze overhaaste conclusies misplaatst: *We willen hem begrijpen maar we beseffen ons dat we dat niet kunnen. Iedereen vraagt zich af: waarom heeft hij dat gedaan? Maar beter zou het zijn ons af te vragen: waarom doen wij het niet? Veel otaku hebben dezelfde levensstijl als hij maar ik denk niet dat ze allemaal zo iets zouden doen. Miyazaki's biografie is niet zo bijzonder. Hij kon niet met vrouwen communiceren, maar dat is niet uniek. Mij is gezegd dat hij in een fantasiewereld zou leven, maar misschien doen we dat allemaal wel. Ik denk niet dat hij gek is omdat ik hem gedeeltelijk kan begrijpen. Dus ben ik bang. Maar ik ben geen moralist. Veel Japanners denken dat Miyazaki's motivatie verbonden is met ons dagelijks leven met de media en informatie, en met onze menselijke relaties. Dus zijn we erg geschokt.*

OP NAAR EEN POSTMODERN VOLK

De meningen over de huidige ontwikkelingen van de term *otaku* zijn verdeeld. De Miyazaki-zaak was nogal een klap voor de toch al niet florissante reputatie van de *otaku*. Maar we moeten wachten op de uitslag van deze rechtszaak om te kunnen zeggen of de maatschappij dit voorval wil aangrijpen om op de *otaku* druk uit te oefenen of ze in een kwaad daglicht te stellen.

Aan de andere kant is de betekenis van de term steeds ruimer geworden. Terwijl het eerst duidelijk een *modus vivendi* was, houdt het inmiddels zoveel in, dat het de functie van het begrip 'manie' overgenomen heeft. Dus kan men tegenwoordig afwisselend spreken over motor-, stereo-, golf- of muziekmaniak of *-otaku*. Voordien refereerde *maniku* aan mensen die open stonden voor communicatie en andere interesses hadden buiten de speciale tic. Beide punten hoorden niet bij *otaku*. En *otaku* werd nooit voor zichzelf gebruikt, alleen voor de ander. Door het inflationele gebruik van termen merken we hoe de ene laag zich op de andere stapelt. Het blijkt waar dat alle verhandelingen over begrip van zichzelf en de ander uitdijen

totdat iedereen eronder past. We zijn allemaal *otaku*. Allemaal Miyazaki. Op het laatst verliezen zij hun betekenis en worden vervangen door nieuwe uitdrukkingen.

Een andere trend wordt gekenmerkt door het verschijnen van de bijvoeglijke vorm van *otaku*: *otakki* (otukie). Yamazaki denkt aan een etymologische relatie met *teki*, een destillaat uit een vroegere samenstelling van 'technologie-kinderen'. Het Basisboek leert ons: *Nadat Miyazaki otaku verpest had, werd otakki uitgevonden om aan de oorspronkelijke inhoud en aan de plaatsgevonden veranderingen te refereren. De otaku zijn naar een ander niveau verhuisd en dragen nu dure, elegante yuppiekleding. Het otukie-volk probeert zijn imago te verbeteren van iets duisters naar iets sprankelends.*

Het Basisboek is de enige bron die melding maakt van een yuppificatie van de *otaku*. Maar dat de term, ondanks Miyazaki, tegenwoordig een positievere klank bezit, wordt algemeen erkend. Hoewel de redenen hiervoor, alweer, variëren. Sommige zeggen dat de maatschappij zich realiseert de *otaku* nodig te hebben. Hun fantasieën en gedetailleerde technische kennis maken hen aantrekkelijke werknemers in bijvoorbeeld de soft-ware industrie. *Otaku* zijn erg geschikt voor het huidige Japanse kapitalisme. Het zou niet de eerste keer zijn als nu zou blijken dat een aanvankelijke *underground* het proefgebied vormt, waaraan de commerciële mainstream uiteindelijk zijn frisse ideeën onttrekt. De voormalige realiteitskrakers studeren af op het *otukie*-leven, worden beroeps, en wie weet gaan ze dan ook nog trouwen.

Anderen proberen om een alternatieve betekenis aan *otaku* te geven. Zij gebruiken de term strategisch om de ambigue mogelijkheid van een postmoderne levensstijl te schilderen - een manier om positief om te gaan met het leven met media en zonder betekenis. Tsuzuki zegt: *Otaku is een manier van betrokkenheid, een undergroundmanier om ideeën over de wereld te veranderen. Otaku zijn niet tevreden met alleen consumeren. Ze willen dingen en programma's veranderen. Ze zijn erg betrokken. De idool-industrie wil consumenten, otaku over-vernemen deze wens. Zij staan niet voor een klassieke confrontatie, maar zijn tot alternatieve inzichten in staat. Yamazaki is meer ambivalent over hen. Volgens hem worden ze zowel onderschat als overgewaardeerd. Op een bepaalde manier zijn ze typisch Japans: Het zijn geen drop-outs, maar tijdelijke buitenstaanders. Ik vraag me af of otaku een nieuwe cultuur kunnen maken. Het is een soort experiment maar ik denk dat otaku de enige weg is. Of ze een subversief potentieel zijn? Ik hoop het maar. Ik hoop dat ze een echte shinjinrui worden, een nieuw soort Japanners, ik bedoel, een postmodern volk.*

Tenslotte opperen we de vraag of men wel een levensvorm buiten zichzelf kan vinden zonder het hoofd te verliezen, een levenswijze waarbinnen men in cyberspace kan vertoeven en toch het leven nog levenswaard kan vinden, en of er misschien zelfs een subversief element in de postmoderne mediacultuur schuilt. Maar helaas, het object van ons onderzoek geeft geen antwoord. Het centrum van communicatie communiceert zelf niet. Het is de blinde vlek zonder welke we niet kunnen zien. Zoals het antwoord van een zelfbewuste *otaku* op de vraag naar een definitie van *otaku* luidde: *De vraag 'Wie is otaku?' is als de zen-koan 'Wat is satori?' Het kan niet beantwoord worden omdat satori inherent is aan dat wat niet communiceerbaar is.*

vertaling STICHTING SIRENE

PAGINA 220

Mediamatic

VOL 5 # 4

De auteur bedankt
Ina Kotarô, Barbara,
Alfred Birnbaum, Yano,
David en Ueno

SHRINK!

THE FIRST CHARTER FLIGHTS TO THE MOON HAD BETTER BEGIN BEFORE TOO LONG, BECAUSE THE EARTH IS SUFFERING FROM SHRINKAGE; WITHOUT ACTUALLY SHRINKING, IT'S BECOMING LESS AND LESS EXTENSIVE, AND MAY WIND UP BY BEING INVISIBLE. AND WHY SHOULDN'T IT? THE PLANET ALREADY HAS A WHOLE HISTORY OF METAMORPHOSES; IT WAS ONCE FLAT, THEN ROUND, AND IF IT'S NOW BECOMING INVISIBLE, THAT DOESN'T MEAN THAT IT'S DISAPPEARING, BUT, RATHER, THAT ITS FAMILIAR, ROUND CONTOURS ARE BECOMING HAZY.

For the moment, the globe seems to be following its 'course of shrinkage': because of the disappearance of worlds of difference, the dismal accuracy of the Western telescope-eye and blindingly quick effectiveness of transportation and telecommunication, the Earth is living in times of a 'new narrowness'. With the world-wide homogenization of culture and nature, the transparency - the proclamation of the new invisibility - and the decline of distance, things have come to be so dangerously close to one another that the possibility of an implosion can't be excluded. This means nothing as sinister as the end of the world; no, just the decomposition of its old form, due to the mind-boggling fusion of things with their images and with one another. The moment of consummation will come unnoticed, without drama, blood and death, but, afterwards, nothing will ever be the same again. Do they have french fries on the Moon?

The times when the world grew larger by the blunt crossing of borders - real or imagined - seem gone for good, since topography has completely mastered the earth; all the measurements have been taken and the pitfalls removed. (America was a discovery, a 'new world'; after the mass murder of the Indians, it became a European *fata morgana*, a vacuum to be filled instead of another reality.) The West's drive to expand - the growth of Western culture - the course of shrinkage. Incredible shrinking world. Columbus only dared to undertake his great voyages after he'd read Pierre D'Ailly's *Imago Mundi*, which convinced him that the earth was round. Thus, he sailed the Atlantic for thirty three days without sighting land or plummeting into an immeasurable abyss. Because he had no frame of reference at all, he measured his ships' speed by spitting in the water and watching the little foamy clot float by.

THE GROWTH OF EXOTICISM

While the difference between 'here' and 'there' (far away and close by), between 'nature' and 'culture' (real and fake) grows hazy, the memory of that which was lost is cultivated desperately, in the zoos, museums and reserves. The museum haphazardly preserves the things which we do not dare to throw away; in the semi-wildness of the preserve, we force a number of cadavers to continue to live. The zoo: one used to go there to see strange creatures from faraway places; now, one goes to see the last members of species doomed to extinction. (A Spanish newspaper recently reported that threequarters of the animals in the Kuwaiti zoo had been eaten by

hungry Iraqi soldiers: cannon fodder celebrating with giraffe meat.)

The exotic has disappeared, but that doesn't hinder the growth of exoticism: the pangs of nostalgia lead us to the barnyard-grown chicken and its authentic eggs. But its artificial cackle-freshness is laughed at by salmonella (just as the computer viruses chuckle at the chip whose demise they accomplish and *AMS*, with a macabre smile, squares accounts with 'eternal life').

As nature disappears, the 'environment' appears; a disturbing remembrance, a phantom imposed from above, which only aggravates (who still believes in that one tree?). *Seven Herb Shampoo* and *The Country Freshness of Irish Spring* produce convincing, intoxicating odours. But perhaps we're now parting with the long-cherished idea of a nature which is 'picturesque', identified with innocence, Romanticism, Primitivism, butterflies and roaring lions. If nature can be a creation of literature, painting and philosophy, it hasn't really disappeared... the city is a jungle and quantum mechanics is Zen Buddhism.

Our supersonic jets take you to a place in the sun in no time. Feel completely at home in one of our three-star ultra-luxurious vacation bungalows, in a carefully chosen, exotic environment. Feel at home! Be gone, and at home at the same time. Everything is possible in the air-conditioned world of insured tourism. It's a matter of indifference to the tourist that his trips don't take him to something different from what he already knows, but to something which is the same. In the end, it's not adventure which he's looking for, but nice weather, and as evidence of his temporary repotting, he sends a postcard with a foreign stamp on it and buys an 'authentic' souvenir. (Natives were once seduced by the sheen of 'fake' beads. Sweet revenge.) Nothing upsets the tourist hunting for cheap, lightweight exotica as much as the discovery that things in his vacation country 'suddenly' are no longer 'dirt cheap', but cost as much as they do at home: low cost shopping in the duty-free shops at the airport can't be interrupted, so, when the sale has ended, the country which has meanwhile been re-shaped to fit the tourist's image of it is inexorably abandoned and replaced with the paradise which is next in line to be plundered.

*Let the fabulous surroundings dazzle you. Blindness is no hindrance to the tourist in accomplishing his fate; his eyes have been replaced by the camera lens, which nervously scans for the picturesque *mise-en-scène*, using panoramas and monuments as braille dots. But what is looked at no longer needs to be seen or read, as the memory has been replaced by the video tape and film roll. The tourist's place in his environment is like the head which juts from the hole in a life-like cardboard facade only for a moment, for the photograph to be taken.*

VIRTUAL SELF-GRATIFICATION

The efficiency of household equipment such as the answering machine, auto telephone, fax, video recorder, Walkman and personal computer is aimed at allowing nothing to be lost, nothing to be left to chance, to be missed, at losing no time, at

K R I M P !

LIJNVLUCHTEN NAAR DE MAAN MOETEN NIET MEER TE LANG OP ZICH LATEN WACHTEN, WANT DE AARDE LIJDT AAN KRIMP; ZONDER WERKELIJK KLEINER TE WORDEN KRIJGT ZE EEN STEEDS GERINGERE UITGEBREIDHEID, MOGELIJK ONTAARDEND IN HAAR ONZICHTBAARHEID. EN WAAROM NIET? DE PIANEET HEEFT AL EEN HELE GESCHIEDENIS VAN METAMORFOSES ACHTER ZICH; EENS WAS ZIJ PLAT, TOEN ROND, EN ALS ZE NU DAN ONZICHTBAAR WORDT, BETEKENT DAT NIET HAAR VERDWIJNING MAAR HET VERVAGEN VAN HAAR BEKENDE, RONDE CONTOUREN.

Voorlopig volgt de aardbol nog de 'de beweging van een krimp': door de verdwijning van de werelden van verschil, de akelige nauwkeurigheid van het Westerse telescoop-oog en de verblindend snelle doeltreffendheid van transport en telecommunicatie staat ze in het teken van een 'nieuwe nauwheid'. Met de mondiale uniformisering van cultuur en natuur, met de doorzichtigheid - aankondiging van de nieuwe onzichtbaarheid - en de afgang van de afstand komt alles zo vervaarlijk dicht bij elkaar te liggen dat een implosie niet kan worden uitgesloten. Niet zoiets duisters als het einde van de wereld, maar de ontbinding van haar oude vorm door de duizelingwekkende versmelting van de dingen met hun beelden, de dingen onderling. Een moment dat zich onopgemerkt zal voltrekken, zonder drama, bloed en dood, maar erna zal niets meer hetzelfde zijn. Is er op de Maan ook patat?

De tijd dat een wereld groter werd door overschrijding van een (imaginaire) grens, is voorbij sinds de topografie zich meester heeft gemaakt van de aarde, de metingen zijn verricht en de valkuilen zijn gedempt. Amerika was een ontdekking, een 'nieuwe wereld'; na het uitroeien van de Indianen werd ze een Europese fata morgana, een op te vullen leegte in plaats van een andere realiteit.) De expansiedrift van het Westen, de groei van het westerse, de beweging van de krimp. *Incredible shrinking world*. Columbus durfde zijn grote reizen pas aan na het lezen Pierre D'Ailly's *Imago Mundi* dat hem ervan overtuigde dat de Aarde rond was. Zo bezeilde hij 33 dagen de Atlantische Oceaan zonder land te zien, zonder in een peilloze diepte te storten. Omdat het hem ontbrak aan elk referentiepunt, meette hij zijn snelheid door in het water te spugen en naar zijn wegdrijvende fluim te kijken.

HET EXOTISME GROEIT

Terwijl de verschillen tussen 'hier' en 'daar' (ver weg en dichtbij), tussen 'natuur' en 'cultuur' (echt en vals) vervagen, wordt de herinnering aan wat verloren is gegaan, wanhopig gekoesterd in de dierentuin, het museum en het reservaat. Het museum bewaart lukraak wat we niet weg durven te gooien; in de semi-wildheid van het reservaat verplichten we een aantal kadavers om door te leven. De dierentuin: vroeger ging je er zien wat vreemd was en van ver kwam, nu zie je er wat ten dode is opgeschreven. (Een Spaanse krant berichtte onlangs dat de Kuwaitse zoo voor driekwart is leeggegeten door hongerige, Iraakse militairen: kanonnevlees viert feest met giraffevlees.)

Het exotische is verdwenen, wat niet wegneemt dat het exotisme groeit: de kwelling van de nostalgie leidt naar de scharekrimp met haar authentieke eieren. Haar artificiële kakelversheid wordt echter uitgelachen door de salmonella (zoals het computervirus giechelend de 'chip' om zeep helpt en het AIDS-virus macaber glimlachend afrekenend met het eeuwige leven).

Met de verdwijning van de natuur verschijnt het 'milieu'; verontrustende herinnering die als schijnfiguur van hogehand alleen maar last bezorgt (wie gelooft er nog in die ene boom?). 7-Kruiden Shampoo en *De natuurlijke frisheid van Fa* produceren afdoende, bedwelmende geuren. Maar misschien beleven we nu louter het afscheid van het langgekoesterde idee van de 'schilderachtige' natuur, geïdentificeerd met onschuld, romantiek, primitivisme, vlinders en brullende leeuwen. Als de natuur evengoed een bedenkensel van de literatuur, schilderkunst en filosofie kan zijn, is ze niet werkelijk verdwenen... de stad is een jungle en quantumfysica is Zenboeddhisme.

Onze supersonische vliegtuigen brengen u in een mum van tijd naar een plekje onder de zon. In onze 3-sterren vakantiehuisjes zal het u aan geen enkele luxe ontbreken. Voel u telenaal thuis in een zorgvuldig uitgekozen, exotische omgeving. Voel u helemaal thuis! Weg zijn en toch thuis zijn; het kan allemaal in de air-conditioned wereld van het verzekerde toerisme. Het laat de toerist onverschillig dat zijn reizen hem niet meer naar iets anders brengen, maar naar hetzelfde. Tenslotte wil hij geen avontuur maar mooi weer, en als bewijs van zijn tijdelijke verkassing stuurt hij het thuisfront een Ansicht met vreemde postzegel en koopt hij een 'authentieke' souvenir. (Ooit werden de inboorlingen verleid door glimmende 'fake' kralen. Zoete wraak.) De op goedkope exotica jagende toerist laat zich door niets zo van de wijs brengen als van het verschijnsel dat de dingen in zijn vakantieland 'opeens' niet meer 'spotgoedkoop' zijn, maar even veel kosten als thuis. Het voordelig winkelen in de taxifree shop van het vliegveld mag niet onderbroken worden, dus als de uitverkoop ten einde is, wordt het land dat intussen naar het beeld van de toerist werd herontworpen onverbiddelijk verlaten en vervangen door het volgende te plunderen paradijs.

Laut u verbinden door de prachtige omgeving. De toerist kan zijn lot blind ondergaan: zijn ogen zijn vervangen door de cameralens die nerveus de pittoreske misen-scène aftast en de monumenten en panorama's als braillepunten gebruikt. De omgeving hoeft niet langer gezien of gelezen te worden als het geheugen is vervangen door de videotape of fotolol. De toerist in zijn omgeving is als het hoofd dat speciaal voor de foto even het levensrecht maar bordkartonnen decor uitsteekt.

VIRTUELE ZELFBEVREDIGING

De efficiëntie van huishoudelijke apparatuur als de telefoonbeantwoorder, autotelefoon, faxmachine, videorecorder, walkman en personal computer is er op gericht om niets verloren te laten gaan, om niets aan het toeval over te laten, om niets te missen, om geen tijd te verliezen, om het verschil tussen aanwezigheid en afwezigheid,

eliminating the difference between presence and absence and day and night: the perpetually 'connected' individual can remain awake while he sleeps and do his work: he can send and receive messages. He's become the faltering stand-by of his own electronic equipment, and has disappeared into his self-made communication 'loop'. What's increasing is redundancy, what matters is the interface, and what is shrinking is the message. (*Once again, he heard the message tape of her answering service and repeated, for the thousandth time, his message of longing after the beep... For the thousandth time - she had just begun doing her hair - she heard his tearful voice echo through her room. Irritated, she adjusted the volume knob to zero and went on to the next call.*) The spontaneous censorship which can be effected willfully or by accident with the new equipment, isn't ultimately very different from the censorship to which, for example, Vaclav Havel's correspondence with Olga was subjected by the former Czechoslovakian authorities. The well-oiled machinery contains a multitude of sentences spoken in vain.

Dial 06(3)241054 to have your naughtiest fantasies fulfilled (live!) by our willing 'team', for whom nothing is too wild... An enormous amount of trust is demanded from you, because nothing proves that your telephonic partner indeed, at your insistence, is stretched out naked under the kitchen table (the realistic sounds are deceptive). The telephone line deprives sex of its physicality and makes the game, in spite of the direct connection involved, completely virtual. Solitary self-gratification through the 'peep ear', in which the fantasies of the caller are converted into sounds; he no longer needs to pant in secret, but can be connected directly via the telephone to... who else but himself.

Brain machines: electronic food for the mind, a means of relaxation, meditation and creative stimulation. Now that we've discovered that we can influence our brain waves with electronic 'relax glasses', we've finally been freed of the duty to make ourselves 'feel good by doing good'. Nothing to stop one from hitting old ladies whom one meets on the street, or giving one's friends' babies vicious pinches. While doing the deed, you simply neutralize your old fashioned feelings of guilt with a jolt of alpha waves: with the push of one of the buttons on your new glasses, you'll feel wonderfully relaxed. For when you've had enough of the radical boredom of your existence and find 'drugs' too untidy...

12.566 STREETS

The arithmetic expression of all sorts of matters in graphs and tables triumphs, as if it actually clarifies the world; as if the calculators are proclaiming Platonic truths, instead of simply reproducing. A return to the flat world of the aerial perspective in the contemporary form of statistics, a method which is in fact archaic. A disarming travel guide: Barcelona: 2000 years of history, 3 million inhabitants, 12,556 streets (including 34,000 trees), 3 big parks, 1 airport, 3 universities, 1 opera building, 1 pharmaceutical hall, 2 cathedrals, 47 libraries, 98 hospitals, 53 consulates, 42 museums. Countless movie theatres, theatres, cabarets, discos, Every kind of sport. Every kind of sport!

During the transmission of 'live' events, a tennis match, for example, the tv attempts to compensate the viewer for the extra dimension which is lost by not being physically present (the smell of sweat, the crack of joints and balls flying about one's ears) by flooding him with extra information, which doesn't only consist of the commentator's emotions, but, to an increasing degree, of the computer's alert analyses, counting and classifying each of the players' moves, which are then repeated, needed or not, at the bottom of the screen, in games, sets, matches, tournaments, complete careers. (John McEnroe, 1/2 final flushing Meadows 1990: first set: 3 aces, 2 personal fouls, 5 smashes, 4 'scenes'; McEnroe 1980-1990: 2000 aces, 1497 personal fouls, 3929 smashes, 2001 'scenes', etcetera.) These figures, in combination with the slowed-down replays of the winning or losing ball and close-ups of the facial expressions of 'personalities' in the crowd, as they change in response to the ups and downs of the game, onto the actual match, which seems, like a great video game, more to be following the computer and the cameras than the other way around. All that's lacking now is the replacement of the players' video images with X-ray images, so that the viewer, unhampered by the flesh, can enjoy the varying heartbeat, the hinging of the joints and the stretching and contracting of the muscles. The art of calculation and the impertinence of the camera are causing the contest to become more than transparent, and the original spectacle of the game is disappearing, to be replaced by the simultaneous simulation of it.

It will soon be common practice to supplement 'live' sport events with giant, on-the-spot video screens, upon which one can see much more of everything than when one looks at the 'real' thing. Not long ago, at a concert given by a renowned pop star in an enormous stadium, I became aware that the star was deceased. The distance between my seat and the stage was so huge that I no longer believed in the little doll that I saw. When I then attempted to find out for myself and began facing a path through the mass of standing spectators, I lost sight of it entirely. Just in time - I was getting quite sick of the joy of the whole 'live' experience - the giant video screens came to life... I could go back to my seat and turn my back on the stage. The following morning, I read about the death of a renowned pop star, who had died, moreover, at 22:00 the evening of the day before, precisely when the concert began...

I use to create a feeling of space for myself by writing in my notebooks, after my name and address: North Holland, the Netherlands, Western Europe, Europe, Northern Hemisphere, Earth, The Milky Way, The Universe. Childish megalomania? One's awareness of space is often largely created by what one sees, and what one can't see but suspects. In this sense, space has to do with the invisibility of 'else' today, what one doesn't see plays a smaller and smaller part. The unseen has been accorded a minor place in comparison with the attempt to disrupt space's distance with telecommunication and supersonic transport: to let 'here' and 'there' coincide, to let today disappear into the horizon of the future. Space ripped to shreds by the violence of motes and electrodes; the shards then re-created in fragments whose boundaries are determined by the size of the screen. The telescopic eye doesn't result in clairvoyance, but requires more and more mirrors: the motor's speed doesn't get one anywhere any more, because it has conquered distance and made the 'lag' in 'jet-lag' into normal time-space. The persistent desire to increase one's field of vision and exceed the speed of light has brought everything close up (as if one's nose were pressed so close to a book that only a kind of haze was visible).

The most beautiful thing in Tokyo is McDonald's. The most beautiful thing in Stockholm is McDonald's. The most beautiful thing in Denver is McDonald's. Peking and Moscow don't have anything beautiful yet. America is really the Beautiful. (Andy Warhol)

'Big Mac' is eating out: the universal hamburger which everyone wants. The McDonald's University's graduates can hardly have a good chance of being posted overseas. The nearest McDonald's is located on an Aboriginal reservation at the foot of MacDonnell Mountains (long his coincidence) in Australia: considerations of efficiency have required that the traditional McDonald's architecture be departed from - the counters are 10 centimetres lower than usual. There are also plans at the reservation for the establishment of a museum of modern art which will be situated diagonally across from the McDonald's. (It's still uncertain whether the paintings will be hung 10 centimetres lower than usual.) An anonymous art collector from Sydney has offered the museum a number of pieces, out of sentimental considerations which he didn't go into detail about. (Van Gogh's *Sitting Woman*, a piece by A. Rein(?) of Apple's *discorum prints*, eight of Pollock's unspined and isolated shell drawings, three sculptures by a certain Beckett, a Dali dated 1987, an Escherich *Cavea* and other works by known Western masters. The museum commission was extremely pleased with this 'generous gift', which they said gave a coherent image of modern art. Meanwhile, a McDonald's representative hinted that the restaurant was prepared to offer a free ticket to the museum with the purchase of two 'Big Mac's'. McDonald's takes pleasure in stimulating the local population's enjoyment of art. A number of Aboriginals has protested against these remarks and informed the museum commission and the directors of McDonald's that they are not in agreement with the lowering of the counter by 10 centimetres, out of ethical considerations, they also indicated the abundance of Aboriginal art present on the reservation. An as-yet unidentified institute in Tokyo, Japan, which got wind of the case, has indicated its interest in the reservation's 'rich collection of ethnographic' and has made an official offer of 20000 nerrv ats in exchange for it. (to be continued)

The supremacy of the Western idea of art (history) - to cite just one, particularly persistent criterion - guarantees its ethnology, museums full of Christian missionary ideals and false universalism which show the exact same things the world over, like an endlessly tautology. The Western tradition, in all its smugness, doesn't seek to join together with others, but, rather, demands that everything which it deems usable and of 'value' join it. Folklore is valuable, once it's been defeated and given a good wash: the perverse exploration/annexation of all that is authentic and exotic, and which must at the same time be compatible, degenerates into bunni-rolls, world music, and *Magicom de la Time*, which portrayed the irony of the whole business by giving the primitives the opportunity to exhibit their coffins made in the form of a Mercedes-Benz. In the end, they, too, are more charmed by the 'natural'.

It's quite imaginable that all the masterpieces which fill the museums are not the real thing at all, but exact copies, and that the State has secretly hidden the real ones away in its bunkers. (Art finally goes underground again.) A naive reaction to the phenomenon of the disappearance of art - not only because of theft, vandalism and time's acid - but because of large scale, travelling retrospectives and media exhibitions. People used to make long trips to see a particular work of art; now, it's art which must travel. Well insured and packed, it travels the world, like a rich, American tourist. When will a plane crash occur in which, for instance, thirteen Mondrian's die tragically? (The real ones, of course, are still safe and sound in their bunkers, but the State will have to execute them anyway, in order to keep to its schedule.) If the masterpieces survive the trip, they'll be devoured by tens of thousands of eyes during the exhibition. Assuming that they were hanging there, who only saw 150 masterpieces? The Year of Van Gogh (1990) was the art-ethnology occasion of the decade. This was amusing, but science took part, too: the Rembrandt 'vrouwk' project provides, in scientific fashion, for the removal of a number of Rembrandts.

The keepers of culture, driven by a blind urge to conserve, try with the desperate hope of the damned to remember the real, separate it from the false, label it and store it. A grand historicizing of the present, which implies that we don't live in any time at all. (The fictional films about South Africa which have appeared in recent years transform the actuality of the 'terrible truth' into a fantastic story and an innocent piece of fiction, as though the reality was too dull.) Nothing must be allowed to disappear. The joke of the whole strategy of conservation and reproduction is that it only evokes the losses, just as the script of extinct cultures hangs in an ethnographic museum. In the end, the entrepreneur, too, fails... *Vindal* is a park, *Merx* a café, *Jesus Christ* a superstar.

The linear movement of progress has attained the false movement of walking in place: the dejected soldier's tread which lives in a permanent state of expectation. Just as the image of the present is beginning to resemble a video 'still more and more, one which the pixels can't hold on to, the Earth is contained precisely within the rectangular form of the screen, even though it does bulge out a bit. (Thus making it easy to guess its future form.)

The movement of ethnology is expanding, so they're certain to be selling French fries on the Moon. (Ish: Bulletin: In reply to the institute in Tokyo, the Aboriginals have stated at their most recent past conference that they already have tv and will accept only Van Gogh's *Scarifiers* as payment for their collection.)

translation pm 000000000

tussen dag en nacht op te heffen: De altijd 'aangesloten' mens kan slapende 'wakker' zijn en zijn werk doen, berichten uitzenden en berichten ontvangen. Hij is de haperende stand-by geworden van zijn eigen elektronika en verdwenen in zijn zelf geschapen communicatie-'loop'. Wat er groeit is de redundantie, wat er telt is de interface, en wat er krimpt is de boodschap. (Voor de zoveelste keer kreeg hij haar antwoordapparaat aan de lijn en voor de zoveelste keer liet hij na de pieptoon toch zijn huikende boodschap achter... Voor de zoveelste keer hoorde zij - terwijl ze net haar haar aan het doen was - zijn huikende stem door de kamers schillen. Geïrriteerd zette ze het volume van het apparaat op nul en begon aan de volgende kruk.) De spontane censuur die er met de nieuwe apparatuur kan worden toegepast of per ongeluk ontstaat, verschilt uiteindelijk niet zo veel van die waaraan bijvoorbeeld Vaclav Havel's briefwisseling met Olga onderworpen werd door het gewezen Tsjechooslowaakse staats 'apparaat'. In de gesmeerd lopende machines wemelt het van tevergeefs uitgesproken zinnen.

Draai 06-(3)241054 en uw ontdeugenste fantasiën worden beantwoord (lijf) door ons beredwillige 'team' waar niks te gek voor is... Er wordt wel een grote aanspraak gemaakt op uw vertrouwen, want niks verzekerd u dat uw telefoonpartner werkelijk, op uw aandringen, nakend onder de keukentafel zit (het realistische geluid is bedrieglijk). De telefoonlijn ontneemt de seks haar lijfelijkheid en maakt het spel, ondanks de directe verbinding, volslagen virtueel. Solitaire zelfbevrediging via het 'peep car', waarbij de voorstellingen van de beller in geluiden worden omgezet; hij hoeft niet meer stiekem te hijgen maar kan via de telefoon in directe verbinding treden met... wie anders dan zichzelf.

Brainmachines: elektronisch voedsel voor de geest, middel voor relaxatie, meditatie en creatieve stimulering. Nu we ontdekt hebben dat we via de elektronische 'relaxbril' onze hersengolven kunnen beïnvloeden, worden we eindelijk ontslagen van de plicht om ons 'door goed te doen, goed te voelen'. Niks houdt u meer tegen om op straat oude vrouwtjes te slaan, of om de baby's van uw vrienden gemeen te knijpen. Tijdens de daal overtoeft u uw ouderwetse schuldgevoelens gewoon met een stoot O-golven: via een druk op één van de programmaknoppen van uw nieuwe bril, voelt u zich heerlijk ontspant. Voor als u genoeg hebt van de radicale verveling van uw bestaan en 'drugs' u te morsig zijn...

PAGINA 224

12.556 STRATEN

Mediamatic

VOL 5 # 4

De cijfermatige uitdrukking van allerlei zaken in grafieken en tabellen viert zege als of de wereld er inzichtelijker van zou worden, alsof de rekenmachines platonische waarheden verkondigen, terwijl ze louter reproduceren. Terugkeer naar de platte wereld van het vogelvluchtperspectief in de hedendaagse vorm van de statistiek, een in feite archaïsche methodiek. Ontwapenende reïgids: *Barakos*: 2000 jaar geschiedenis, 1 miljoen inwoners, 12.556 straten (beplant met 34.000 bomen), 3 grote parken, 1 vliegveld, 3 universiteiten, 1 operagebouw, 1 concertgebouw, 2 kathedralen, 47 bibliotheken, 98 ziekenhuizen, 53 consumenten, 42 musea. *Ontdruide bioscopen, theaters, cabarets, alcoholen. Alle sporten!*

Bij de transmissie van 'live' gebeurtenissen, bijvoorbeeld een tenniswedstrijd, probeert de tv voor de kijker thuis het gemis van de dimensie van het lijfelijk aanwezig zijn te compenseren met een stortvloed van extra informatie, die niet alleen bestaat uit de emoties van de verslaggever maar in toenemende mate uit de alerte analyses van de computer die elke slag van de spelers telt en classificeert en te pas en te onpas onderaan het beeld in cijfers herhaalt, per game, set, match, toernooi, volledige carrière. (John McEnroe, 1/2 finale flushing Meadows 1990: eerste set: 3 acbs, 2 persoonlijke fouten, 5 smashes, 4 scénes; McEnroe 1980-90: 2000 acbs, 1497 persoonlijke fouten, 3929 smashes, 2001 scénes, enzovoort.) Deze statistiekes, gecombineerd met de vertraagde herhalings van de winnende of verliezende bal en close-ups van de al maar gelang de gang van het spel wisselende gezichtsuitdrukkingen van *personality* in het publiek, overtreffen de eigenlijke wedstrijd die meer, als een groot videospel, de computer en de camera lijkt te volgen dan andersom. Het ontbreekt er alleen nog aan dat niet de spelers maar hun rötgenbeelden op het scherm verschijnen, zodat je, ongehinderd door het vlees, kunt genieten van de wisselende hartslag, het schamieren van de botten en het verrekken van de spieren. Door de kunst van het tellen en de impertinente camera wordt de wedstrijd doorzichtiger dan doorzichtig en verdwijnt het oorspronkelijke spektakel van het spel in de gelijkijlige simulatie ervan.

Binnenkort zal het beeld gebruikelijk zijn om 'live' sportevenementen ter plekke te ondersteunen door grote videoschermen waarop alles beter te zien is dan in het 'echt'. Onlangs present bij het optreden van een illustere popzanger, in een enorm spostaal, drong het tot me door dat de ster niet meer in leven was. De afstand tussen mijn zitplaats en het podium was zo groot dat ik niet geloofde in het poppetje dat ik zag. Toen ik mij vervolgens wilde overtuigen en me een weg door de staande mensenmassa drong, verging het zicht me helemaal. Net op tijd - ik werd de vreemde van de 'live' ervaring zat - lewamen de reusachtige videoschermen tot leven... Ik kon weer gaan zitten en het podium mijn rug toedraaien. De volgende ochtend las ik in de krant over de dood van een illustere popster, en wel om 22.00 de vorige avond, het tijdstip dat het concert begon...

Om voor mijzelf een gevoel van ruimte te scheppen, schreef ik vroeger na mijn naam, straatnaam en stad, altijd in mijn schriftjes: Noord-Holland, Nederland, West-Europa, Europa, Noordelijk Halfrond, Aarde, Middenweg, Helel. Kinderlijke grootheidswaanzin! Bief van ruimte wordt vaak in even grote mate gecreëerd door wat je ziet, als door wat je niet ziet maar kunt vermoeden. In die zin heeft ruimte met de onzichtbaarheid van de 'verte' te maken. Wat je niet ziet speelt thans een steeds kleinere rol en is ondergeschikt gemaakt aan de poging om met behulp van telecommunicatie en supersonisch transport het verschiet van de ruimte te doorboren, het hier en daar met elkaar te laten samenvallen, het beiden in de horizon van de toekomst te laten verschijnen. De ruimte aan flarden gescheurd door het geweld van de motoren en elektroden; de flarden vervolgens weer gefragmenteerd in fragmenten waarvan de grenzen bepaald worden door de grootte van het scherm. Het telescoop-og leidt niet tot helderziendheid maar vraagt om steeds meer spiegels: de snelheid van de motor brengt je netgens meer omdat hij de afstand heeft overtroffen en de lg van de jet lag tot normale tijd-ruimte heeft gemaakt. De hardnekkige wens om het gezichtsveld te vergroten en sneller te gaan dan het licht heeft alles te dichtbij gebracht (alsof je met je neus zo dicht op een boek gedrukt zit, dat je alleen nog maar een waas voor je ogen ziet).

The most beautiful thing in Tokyo is McDonald's. The most beautiful thing in Stockholm is McDonald's. The most beautiful thing in America is McDonald's. *Peking and Moscow don't have anything beautiful yet. America is really the beautiful!* (Andy Warhol).

'Big Mac' is sating uit de universale hamburger die iedereen lust. De cum laude afgestudeerden van de McDonald's University hebben grote kans op uitzending naar het buitenland. Het nieuwste McDonald's filiaal bevindt zich in een

Ahorigial-reservaat aan de voet van de Macdonald Mountains (na het toeval) in Australië: uit efficiënte overwegingen is ingesteld op grafiken van de gebruikelijke 300-architectuur door de landbouwers 10 cm. laag te maken. In het reservaat bestaan ook plannen, al in een voorgedrukt stadium, voor de oprichting van een museum over moderne kunst dat schuin tegenover de aan getoetend zal worden. (Het is nog niet zeker of de uitdijngen er 10 cm. lager worden opgehangen.) Een anonieme *Sydney* verzamelaar heeft toegezegd om, uit niet naar gereputeerde sentimentele overwegingen, een aantal stukken uit zijn collectie aan het museum te schenken. (Zitrende Vintew van Van Gogh, een zelfportret van Appel, acht ongesigende en ongetuende bijdragen van Pollock, drie bouken van een Picasso, een Dalí uit 1957, een Eucharist-Gauss en nog maar werken van bekende, onbekende meesters). De museumcommissie heeft zich verhaagd getoetend met deze 'generaal gift' die, aldus de commissie, een cultureel beeld toont van de moderne kunst. Inmiddels heeft een woordvoerder van een later doorschermend dat zijn filiaal zich gaarne een jaar later verklaart om bij de aankoop van naar 'Big Mac' een toegangskantje tot het museum te schenken: een verhaagd zich er op het kunstgenot onder de plaatselijke bevolking te stimuleren. Een aantal Ahorigial heeft protest aangetekend tegen deze uitdijngen en aan het museum in oprichting laten weten het al ethische overwegingen niet om te zijn met de 10 cm. verhoging; alomde wijzen ze op de in het reservaat rijklijk aanwezige Ahorigialkunst. Een nog ongetuendwaard instaat uit Tokyo, Japan, dat rijkdomskind aan deze zaak leug, heeft haar belangstelling uitgesproken voor de 'rijke collectie etnografische' van het reservaat en een officieel voorstel gedaan tot de overname ervan in ruil voor 2000 high definition tv's, (wereld vervolg).

De dominantie van het Westerse idee van kunst(geschiedenis) - als bedenkelijk openlijk volhoudend - staat garant voor haar krimp, voor musea die, vervuld van minis-kolozen en vals universalisme, over de hele wereld hetzelfde tonen, als een eendekle taallogie. De Westerse 'traditie', in al haar vrijgevoersbaarheid, zoekt nergens aansluiting, maar eist aansluiting van alles dat haar bruikbaar en van 'waarde' lijkt. Folklores heeft haar waarde, mits overleefd en goed gewaars. De perverse expliciete/implicitatie van het authentieke en exacte dat tegelijkertijd 'computable' moet zijn, ontzinkt in hamischijven, world music, en in *Magnific de la Terre*, die de toon van drie bele onderneming verbeeldde door de 'premiëven' hun doodskisten in de vorm van een Mercedes te laten exposeren. Eindelijk zijn ook zij meer gecharmeerd door het 'onrecht'.

Het is heel goed voor te stellen dat al de meesterwerken waar de massa vol van hangen helemaal de echte niet zijn maar exacte kopieën, en dat de Rijksdienst de originele stukken heeft opgeborgen in onze staatsbureaus. (De kunst eindelijk weer ondergrond!) Een nieuwe reactie op het verschijnsel dat de kunst verdwijnt, niet alleen door diefstallen, vernietigingen en het naar van de tijd, maar door de grote, onzinnige retrospectieven en mediatentoonstellingen. Vroeger maakte men lange reizen om ergens een bepaald kunstwerk te gaan zien, tegenwoordig is het de kunst die moet reizen. Goed verzekerd en ingepakt toert ze de wereld rond, als een rijke Amerikaanse toerist. Het wachten is op een vliegtuig waarbij bijvoorbeeld, dertien Mandarijn op jasmijnlijke wijnen om het leven komen. (De echte liggen dan nog rustig in de bakket, maar om op schema te blijven zal de Rijksdienst ze toch moeten exciteren.) Als de meesterwerken de reu hebben overleefd, worden ze tijdens hun expositie alomd verslonden door tentoonstellingen open. 1990 Van Gogh-jar was wel de kunstzinker van het decennium. Dat was omzant, maar ook de wetenschap doet mee: het Rembrandt 'research' project zongt op wetenschappelijke wijze voor de afname van het aantal Rembrandts.

De cultuurbeschermers, gedreven door blinde conservatiegeloof, proberen met de moed der wanhoop het echte te beschermen, van het onrecht te onderscheiden, te labelen en op te slaan. Een grompische hietententing van het boden, die imploont dat wij in geen tijd leven. (De spelhans die er de laatste jaren over Zuid-Afrika verschenen, versamen de actualiteit van een 'verrechterlijke waartent' tot een fantastisch verhaal en onzichlijke fictie, alsof de realiteit te saai is.) Niet meer verkeren gaan. De gap is dat de conserverende en reproducerende strategie alleen maar aan de verlenen heintert, zoals een etnografisch museum ruiter naar uitgesteven culturen. Uitsluitend vervagen ook de herinneringen... Vondel is een pak, Marx is een café, Jesus Christus is een ageratie.

De lineaire beweging van de vooruitgang is uitgelepen op de schijfweging van de pas-op-de-plaats de moedele volkterqua die in voortdurende 'afwachting van' verkeert. Zoals het beeld van het boden steeds meer op een video 'lijft' lijkt, waarvan de gub het niet meer houden, zo valt de Aarde precies binnen de rechttoelagge vormen van het scherm, al pulk te een beetje uit. (Haar toekomstige veem laat zich al makkelijk raden.)

De beweging van de krimp is exponentieel, dus op de Maan verlopen ze vast putaten.

(Bijzondere komen bericht: De Ahorigial hebbe in hun laatste persconferentie aan het instaat in Tokyo getoetend al tv te hebben.

Alles is ruil voor de Zottebommen van Van Gogh: zijn ze bereid hun collectie over te dragen.)

INGEZONDEN MEDEDELING

HOUSE

AFTER
NATURE

*doet
het zó*

AFTER NATURE — telefoon 020 - 204 262 — telefax 020 - 279014

HOUSE

A Journey through the Space of Music



VOORTDRIJVEND OP DE DELIRISCHE DEININGEN VAN DE HOUSEMUZIEK LEIDT MARIJN VAN DER JAGT ONS VIA EEN SPIRAALBEWEGING NAAR HET PUNT WAAROP DE LICHAMEN EN DE INDIVIDUELE GRENZEN OPGAAN IN EEN AMORFE MASSA, HET STROBOSCOPISCH LICHT DE OGEN VERBLINDT, HET FLIRTEN EN DE BLIK NIET MEER VAN BELANG IS, GELUID KLEUR WORDT, SPIERMASSA VERVLUCHTIGT TOT ENERGIE EN HAAR BREIN TOT EEN VLOEISTOFDIA.

PAGINA 226

Mediamatic

VOL 5 # 4

Aan het begin van de laatste Batman-film neemt het beeld ons minutenlang mee door een landschap dat op het eerste gezicht niet is thuis te brengen. De camera zoekt langs krommingen, versnelt op rechte stukken, leidt ons rakelings over obstakels. Het lijkt een beetje op filmopnames die vanuit een achtbaan zijn genomen. Gedurende de hele titelrol bewegen we ons over dit parcours, totdat het beeld opeens razendsnel uitzoomt en we een overzicht krijgen. Dan blijkt dat we ons al die tijd midden in het logo van de film - BATMAN - hebben bevonden. De camera tastte de buitenkant van de letters af, bewoog zich langs de uitsparingen in het logo. Ergens vermoedden we dat het parcours een bekende weg beschreef, maar we waren niet in staat de letters te lezen. Dat is hier dan ook nauwelijks van belang. Het lezen, het overzicht, het geven van een definitieve betekenis is hier op een tweede plaats komen te staan. Hier gaat het om de beweging, om de reis door het materiaal, om de ruimte die zich blijkt te openen als je concentreert op het pure materiaal van de letters.

Dat is house. Een reis door de ruimte van de muziek. Was hiphop bij uitstek leesmuziek, house is de muziek van de beweging. Sampels zijn bij hiphop nog duidelijk te herkennen, hier spreekt een individu dat een



specifiek muziekfragment heeft uitgekozen en precies weet wat hij daarmee wil zeggen. Hoor James Brown, onze meester, dit is het beste stukje van zijn beste song. En ik ben Rakim en Eric B. is on the cut. Steeds opnieuw moeten de hiphoppers hun eigen naam vermelden om te laten zien dat zij het overzicht hebben over de compositie, dat zij

via hun muziek hun boodschap tot ons brengen. Hiphop is de muziek van de spreker: de rapper geeft zijn visie op het leven en haalt de wereld om hem heen zijn muziek binnen en geeft deze daardoor betekenis.

House is de inversie van hiphop. De blik is niet naar buiten gericht, maar naar binnen. Niet voor niets heet het *house*: we blijven lekker thuis (de *cocoonvariant* van de popmuziek). Van de muziek die we al in huis hebben maken we een nieuwe housemix voor een innerlijke reis. Zoals

de computerfreak zich opsluit en via cyberspace zijn huiskamer verlaat, zo verlaten wij ons huis via de geluidsgolven van de muziek.

Bij hiphop kijk je van buitenaf naar de muziek, zoals je vanaf een afstandje moet kijken om het Batman-logo te kunnen lezen. De manipulatie van het materiaal staat centraal. Grove overgangen tussen het ene en het andere fragment. Ruwe inbreuken op stem en muziek door het scratchen. Steeds



HOUSE

A Journey through the Space of Music



🏠 ROLLING ON THE DELIRIOUS SURGE OF HOUSE MUSIC MARIJN VAN DER JAGT TAKES US VIA SPIRALLING MOVEMENTS TO THE POINT WHERE BODIES AND INDIVIDUAL BOUNDARIES MERGE INTO AN AMORPHOUS MASS, THE STROBOSCOPIC LIGHT BLINDS US, FLIRTATIONS AND GAZES NO LONGER MATTER SOUND BECOMES COLOUR, MUSCLE DISSOLVES INTO ENERGY AND HER BRAIN BECOMES A PSYCHEDELIC GOBO.

PAGE 227

Mediamatic

VOL 5 # 4

🏠 At the beginning of the latest Batman film the images lead us for minutes on end through a landscape which we do not readily recognize. The camera zooms along curves, accelerates along straight stretches, grazes obstacles. It is as if the film was shot from a roller coaster. We are taken along this track for the whole length of the credits until all of a sudden the image zooms out in a flash and we are getting an overview. We then find that we have been inside the film's logo all the time, inside the word **BATMAN**. The camera moved along the outline of the letters, along the logo's blanks. We did have a hunch that the track was familiar somehow but we could not read the letters. It hardly matters in this case. The reading, the overview, the meaning has become of secondary importance. What counts is the movement, the journey through the material, the space that opens up as soon as you concentrate on the pure material of the lettering.

That is house. A journey through the space of music. If hiphop was reading material, house is the ultimate music for movement. Hiphop samples are still easily picked out, here speaks an individual who has chosen a specific fragment of music and knows exactly what he wants to convey.



Listen to James Brown, our master, this is the best part of his best song. And my name is Rakim and Eric B. is on the cut. Hiphoppers will forever have to mention their own names to show us that they know what their composition is all about, that they know how to get their message across via their music. Hiphop is talker's

music: the rapper gives his vision of life, puts the world around him into his music and so gives it meaning.

House is an inversion of hiphop. The gaze is no longer turned outward but inward. This music is not called 'house' for nothing; we stay at home (it is the cocoon variety of popmusic). We take the music that we have at home and make a housemix for a journey into the interior. As the computer freak locks himself in and leaves his living room via cyberspace, so we leave the house via the sound waves of music.

With hiphop you are outside the music looking in, just as you have to step back to be able to read the Batman logo lettering. The manipulation of the material is essential. Abrupt transitions from one fragment to another. Violations of voice and sound by scratching. In clips you always see the discjockeys hands manipulating the records. The needle is



zie je in clips de handen van de discjockeys die de platen manipuleren. De naald wordt mishandeld, de plaat voortdurend tegengehouden. Hiphop is obstructiemuziek.

House is precies het tegenovergestelde. *Got to keep moving, keep moving*. De muziek wordt weliswaar opgebouwd uit bestaande fragmenten, maar die lopen vloeiend in elkaar over. De afzonderlijke fragmenten zijn ook veel minder herkenbaar omdat vaak maar een heel klein elementje is gesampeld en vermenigvuldigd tot een monotone geluidslaag. De muziek bestaat uit verschillende geluidslagen die elkaar afwisselen. Die lagen hoor je van ver aankomen, ze blijven even op de voorgrond hangen om dan langzamerhand weer te verdwijnen. De muziek lijkt zichzelf te genereren, organisch te groeien zonder dat daar een menselijk individu aan te pas komt. De voortdurende verschuivingen en veranderingen creëren een ruimte waar de geest zich in kan begeven. Vaak denk je fragmenten te herkennen, de muziek neemt je mee in je herinnering, maar zodra je bijna weet wat het fragment ook al weer is, komt er opnieuw een fragment dat je meeneemt, verder de muziek in. Zoals we in het Batman-logo sprongen, springen we nu op de plaat en draaien mee. Soms worden we even gestopt, maar dat is alleen maar om de sensatie van het weer verder draaien te vergroten. *Keep moving, keep moving*. De manipulaties zijn ondergeschikt gemaakt aan de beweging, het constante ritme dat nooit stopt. We laten ons zalig ronddraaien, in een spiraal, langzaam op weg naar het midden.

De spiraal is een belangrijk houstonteken. Overal zie je haar terug: in letters, los zwevend op de platenhoes, op aanplakbiljetten voor party's. In de clip van Deee-lite is de discjockey zelf een en al spiraal. De platen die hij draait zijn zwart-wit spiralen, maar ook zijn draaitafel en zijn kleding is ermee bezaaid. De kleding van de zangeres en van de andere groepsleden zit vol met drukke gekleurde patronen, die voortdurend in beweging lijken, als de kleuren in een caleidoscoop. De muzikanten reduceren zichzelf tot visuele effecten, tot kleurenvlakjes, streepjes en rondjes in een bewegende kleurenmassa.

Televisieruis was bij de hiphopclips alleen een middel om een grove overgang te maken, om de kijkers wakker te schudden. Bij de houseclips is ruis de ondergrond, in de bewegende korreltjes van het beeld is het plezierig vertoeven. De muzikanten en zangers hoeven zelf nauwelijks te dansen, maar bewegen mee met het beeld. Ze willen niets uitdrukken met hun lichaam, ze willen alleen maar de grenzen van hun lichaam doen vervagen, om te kunnen vervloeien met de vloeistofdialachtergrond van de clip.

Mode beweegt zich in een spiraal. Trends verdwijnen eerst een tijdje uit het zicht, om dan weer op de voorgrond te komen in een nieuw jasje. Een voorbeeld is de trimmer, die eerst moest verdwijnen om vervolgens als jogger weer te voorschijn te kunnen komen. Hetzelfde idee, maar



aangepast aan een nieuwe tijd: nieuwe kleren, nieuw materiaal, het nieuwste merk schoenen. De oude trimkleren kunnen absoluut niet meer. Niet dat de kwaliteit niet meer voldoet, het is puur een kwestie van stijl. En dat kan aan heel pietluttige dingetjes liggen: een streepje meer, iets smallere pijpen, glanzende in plaats van doffe stof.

Vroeger waren de cirkels van de spiraal zo groot, dat je tegen de tijd dat er een nieuwe versie van een trend was, je de oude nauwelijks meer kon herinneren. Tegenwoordig gaat het steeds sneller. Bij house is er een essentieel punt bereikt: het nieuwe heeft zich zo snel voltrokken dat je het niet meer van het oude kunt onderscheiden. Het verschil tussen een (moderne) housefreak en een ouwe hippie is nauwelijks aan te wijzen. Hetzelfde lange haar, hetzelfde sjaaftje om het hoofd, dezelfde veelkleurige gebloemde stoffen. Waarschijnlijk ruiken ze nog even muf ook. Het verschil is alleen dat de ouwe hippie die kleren al tientallen jaren draagt, ze maken al jaren deel uit van zijn leven. De housefreak heeft ze nog maar pas aangeschaft, en hij doet ze alleen maar 's avonds aan.

Maar op de houseparty maakt het allemaal niet meer uit. Het moderne is gelijk aan het ouderwetse, de voorlopers en de achterlopers zijn één. Dat creëert een vrijheid die er nog niet eerder is geweest. Bij gebrek aan *Peace & Freedom* in de wereld buiten maken we het vannacht binnen tot een paradijs waar alles kan en mag en iedereen zichzelf kan zijn. Het maakt zelfs niet uit hoe je danst. Vroeger had je bij iedere trend een eigen dansstijl. Dat verdeelde de discotheek onmiddellijk in degene die deze stijl wel en die de stijl nog niet beheersten. Er zijn er maar een paar die kunnen breakdansen of die werkelijk kunnen voguen. Zij schitteren in het centrum op de dansvloer, bij hen verbleken de anderen tot een slome massa. Maar bij house is iedereen massa. Er is niet één bepaalde dansstijl, alles mag als je maar los bent en je je lekker voelt.

De dansruimte is dan ook radicaal veranderd ten opzichte van de vroegere discotheek. Er is geen verschil meer tussen de dansvloer en de periferie. Alles is periferie, alles is centrum. Niemand kijkt naar elkaar. Daar is het bovendien meestal te donker voor. Niet meer het narcisme, de spiegels, de blikken en flirtpartijen. Iedereen danst voor zichzelf, probeert zijn individuele grenzen te doen vervagen en op te gaan in de amorfe massa. Het stroboscooplicht verblindt de ogen, de blik is niet meer van belang. *Feel the music*. Geluid wordt kleur, spiermassa vervluchtigt tot energie, mijn brein is een vloeistofdial. *I got something for your mind, your body and your soul*. We zijn beland in het centrum van een draaikolk, waar al het bestaande wordt gelijkgeschakeld. Stof wordt weer tot stof, en alle mogelijke moleculen vermengen zich voor zolang de nacht duurt. Vannacht zijn er geen grenzen meer. Vannacht laten ons meedrijven in de oersoep van ons bestaan.

HOUSE

♣ maltreated, the record is always checked. Hip-hop is music of obstruction.

House is the exact opposite. *Got to keep moving, keep moving.* Sure, the music is built from existing fragments but they blend. It is less easy to make out the separate fragments since only the smallest elements are sampled and reproduced to form a monotonous layer of sound. The music consists of a number of alternating sound layers. You can hear them coming from afar, they linger in the foreground, then gradually disappear again. The music seems to generate itself, to grow organically almost without human intervention. The continuous shifts and alterations create a space for the mind to be in. You often think you recognize fragments, the music takes you along into your memory but as soon as you are on the verge of remembering you are swept on again, deeper into the music, by a different fragment. Just as we jumped into the Batman logo, we now jump on to the record and turn and turn. Sometimes we are checked, just to enhance the sensation of turning. *Keep moving, keep moving.* The manipulations have been subjected to the movement, the continuous rhythm that never stops. We let ourselves be turned and turned into a spiralling movement slowly gravitating toward the centre.

The spiral is a major house sign. It crops up everywhere: in lettering, afloat on an album sleeve, on posters advertising parties. In the Deee-lite clip the jockey himself is a spiral. The records he plays are black and white spirals, but so too are his turntable, his clothes, everything is littered with spirals. The singer's clothing and the clothing of the other members of the band are covered with colour patterns, which seem to move all the time like colours in a kaleidoscope. The musicians are reduced to visual effects, to patches of colour, lines and dots in an ever moving mass of colour.

In hip-hop clips television noise was just a means to make abrupt transitions, to shake the viewers awake. In house clips noise is the foundation, it is quite pleasant to find yourself among the moving grains of the image. It is hardly necessary for the singers and musicians themselves to dance, they move along with the image. They do not wish to express anything with their bodies, they only want the boundaries of their bodies to dissolve, to merge with the psychedelic gobo background of the clip.

Fashion moves in spirals. Trends disappear from view for a time only to come back again in a new outfit. An example is the trimmer. He had to disappear only to come back again as a jogger. The same idea, but adapted to a new age: new clothes, new material, the latest make in shoes. The old trimming clothes are definitely out. Not that their quality is poor, it is just a matter of style. And



style may be determined by the minutest detail: an additional stripe, narrower trouser legs, shiny instead of dull material.

The spiral's circles used to be so wide that by the time a new version of a trend came on the market it was hard to recall the old one. Nowadays things move faster. With house we have reached a vital point: the new has come about so quickly that it is hard to distinguish it from the old. What distinguishes the (modern) housefreak from a former hippie? They have the same long hair, the same scarf around the head, the same flower-patterned multi-coloured material. They might even have the same musty smell. The only difference is that the old hippie has been wearing his outfit for years, it has become part of his life. The housefreak has only recently bought his clothes and only puts them on in the evening.

At a houseparty these things no longer matter. The modern and the old-fashioned are the same, trendsetters and those lagging behind are one. This creates a freedom hitherto unknown. For lack of *Peace & Freedom* in the world outside we make a paradise tonight inside, where everything is possible, everything is allowed and everybody can be him or herself. It does not even matter how you dance. Formerly each trend had its own style of dancing. Discos were always divided between those who could and those who could not dance the new dance. Not many people really know how to breakdance or vogue. They are now at the centre of the dance floor, compared to them, others are reduced to a slow mass. But with house everyone is and belongs to the mass. There is not just one dance style only, everything is allowed as long as you are loose and feeling fine.

The space to dance in has changed drastically from what it used to be in former discos. There is no longer a difference between the dance floor and its periphery.

Everything is now periphery, everything the centre. Nobody watches anybody. More often than not it is too dark to watch anybody anyway. Narcissism, mirrors, gazes, flirtations, they have all gone. Everybody dances for him or herself alone, tries to dissolve individual boundaries and lose the self in an amorphous mass. The stroboscopic light blinds you, the gaze no longer matters. *Feel the music.* Sound becomes colour, muscle dissolves into energy, my brain is a psychedelic gobo. *I got something for your mind, your body and your soul.* We find ourselves in the centre of a whirlpool, where all is one. Dust returns to dust and all molecules merge for as long as the night lasts. There are no more boundaries tonight. Tonight we let ourselves float in the primeval soup of our existence.

translation EGGHEADS INC./JOSEPHINE VINCENT

Normale Media

The word that made a man out of an ape and killed the ape in the process keeps man an animal the way we like to see him.

WILLIAM BURROUGHS

Op den duur wordt alles interessant, dat is het noodlot van normale media. De enig overgebleven tekst uit de Mayacultuur zou de diepste geheimen kunnen onthullen, maar ook een reclamefolder voor een warenhuis kunnen zijn geweest. Het wordt er niet minder fascinerend door. Het kenmerkende van normalitaire media is dat ze in de periode van hun verschijning niet gelezen kunnen worden als cultuuruiting. Pas als verzameling met een chronologie of studie-object voor de wetenschap van de *normal history* krijgen ze dat extraatje dat het gesprek aan de andere tafel of de brief aan een onbekende automatisch hebben. Pas door zo'n ontvreemding wordt de fantasie geprikkeld om de hermeneutiek van het alledaagse te bedrijven. Als deze media worden uitgezet in het dagelijks leven zijn ze zo vanzelfsprekend dat ze geen meta-niveau toelaten. Ze zitten te dicht op hun eigen ruimte-tijd om de benodigde afstand die de antropologische blik of het banale plezier nodig hebben, mogelijk te maken. Ze zijn als het botje waar het hele skelet van een dinosaurius uit wordt afgeleid, of de sequentie die de reconstructie van een hele speelfilm mogelijk maakt. Zolang ze ondergedoken blijven in het grotere geheel hebben ze geen enkele informatie-waarde. Maar beschouwd als paradigmatische splinter onthullen ze het ganse landschap waar ze in opgenomen waren. *Unzeitgemäße* normale media zijn alleen als ondenkbare te denken.

Voor normale media hoeft geen reclame gemaakt te worden. Ze worden ongevraagd uitgereikt in een oplage die vermindering ondoenlijk maakt. De verspilling heeft al plaatsgevonden. *Direct mail* heeft z'n doel bereikt als 3% reageert. Normale mediabedrijven maken misbruik van de wettelijke verplichting post te ontvangen. Zo vinden wij omschrijvingen van weggelopen katten, aankondigingen van feestjes bij de burens, Scientology folders over de nieuwste Hubbard, de uitnodiging voor de feestelijke heropening van slagerij Brinkman, meubelgidsen, *nette studente zoekt kamer*, een salsacursus, wekelijkse aanbiedingen van de supermarkt, diverse huis-aan-huis bladen, catalogus van een boekenclub, menu's van afhaalchinese en pizzaboer, de buurtkrant, persoonlijke brieven 'aan de bewoners van dit adres', politieke *flyers* en culturele *teasers*. Eenzelfde categorie weet zich te handhaven in de actuele ambiance als contact- en overlijdensadvertenties, overige familieberichten of ingezonden

me-
de-
de-
lin-
gen.
O o k
telefoon-
boek en
Gouden
Gids mogen
zich verheugen op regelmatig contact met de gewone mensheid.

De ongevraagde media trekken zich niets aan van het gedifferentieerde gebruik van hedendaagse consumenten die zelf hun persoonlijke mediapakket samenstellen. Het klassieke model van het eenrichtingsverkeer, waarbij ontvanger B de door A verzonden boodschap wel moest accepteren, is als ondemocratisch terzijde geschoven. Het *Kies zelf uw eigen message-adagium* maakt van de ontvangst een wilsact. *Media for the millions* fietsen dwars door deze bewuste selectie heen en zijn in zoverre soeverein dat ze niet geïnteresseerd zijn in marktpenetratie en geestelijke incorporatie. Ze voelen zich best op hun plaats te midden van oude kranten, langs de straat, op de vuilnisbak, in de goot.

De vormgeving van normale media heeft een incubatietijd nodig om design te worden. In hun opmaak stelen ze niet het werk van de gewaagde avant-gardisten, evenmin doen ze een beroep op nostalgie. Ze slagen er ongewild in een kortsluiting te veroorzaken in het spanningsveld tussen de volkse en de massacultuur. Hun probleem is op te vallen zonder interessant te worden. Ze mogen nooit in een oogopslag gedegradeerd worden tot een message voor slechts één marktsegment. Ze vermengen het amateuristisch gekluns van de liedtekst voor jubilea en huwelijken met de professionele uitstraling van de quizmaster en de revue-artiest. **Desktop publishing, handy camcorders en auto-zoom zoren**

voor dat de beide niveaus net niet gehaald worden. Een verzorgde normaliteit die plaats biedt aan iedereen en waarop elke minachting afketst. Doorsneemedia kunnen wel vervalst worden, maar niet geparodieerd. Brieven van gemeentewege of plaatselijke industrie vormen een vast onderdeel van het wapenarsenaal waar de *spaßguerilla* mee speelt, maar de ironische Wehkkampgids blijft voorsnog uit.

Inhoudelijk hoeft men van de normale media niets nieuws te verwachten. Ze hebben van de geniale analyse die McLuhan ooit maakte, dat de inhoud van media bestaat uit de voorafgaande media, hun redactionele programma gemaakt. Het zijn gedrukte etalages, in beeld gebrachte radioprogramma's, voor het doel bewerkte mythen, gedigitaliseerde dorpsomroepers, telefonische burenpmaat. Waar soevereine media nog vreedende effecten bereiken door films op radio uit te zenden of boeken te verfilmen (per pagina), hoorspelen in beeld te brengen of te gaan tekstverwerken in cyberspace, is radiokijken op tv een doodnormale zaak. Men moge denken aan de talkshow, de quiz of de nieuwsdienst. De tolerante media zijn niet per definitie conservatief van aard omdat ze op het voorafgaande voortborduren. Ze verlangen niet terug naar God, gezin en vaderland, maar bieden een nieuwe geborgenheid. De mailing voor paardenworst wekt geen agressie bij de vegetariër. Racistisch drukwerk daarentegen ontmaskert zich onmiddellijk door te pronken met vooroorlogse typografie en een nazistisch kleurenpalet. Normale media wekken slechts irritatie door hun overstelpende hoeveelheid en de zekerheid dat deze stroom nooit zal uitdrogen.

Heersende beelden kunnen worden gescratcht, gestild, gesampeld maar niet worden *vercampft*. De distributie van normale media vindt plaats buiten het bereik van de kitsch. Het opvoeren van de banaliteit kan alleen met plaatjes die hun tijd gehad hebben. Zo is het ironisch gebruik van laptopcomputer of andere mobiele immaterialen nog niet signaleerd. Wel kan men al ruimschoots aan de slag met de soliede goederen die de consumptiemaatschappij haar materiële charme verleenden. Normale media zijn de liefhebbers van het banale altijd een stapje voor. Hun nietszeggendheid is zo tijdgebonden dat zelfs de kunstzinnige voorhoede die duurzaamheid nastreeft er radicaal overheen kijkt. Pas als *gesunkenes Kulturgut* worden de *maxima normalia* discoursdragers en daarmee dus geschikt voor artistieke recycling.

CÉZANNE'S CATARACT

DE NAVEL VAN DE AARDE, IN DE KLASSIEKE OUDHEID IN DELPHI GEPLAATST, IS IN ONZE EEUW NAAR FORM EN INHOUD GETRANSFORMEERD TOT EEN BERG IN HET ZUIDEN VAN FRANKRIJK. FREUD EN BATAILLE HEBBEN HET WILLEN VERKLAREN, CÉZANNE HEEFT ONS DE PLEK AANGEWEZEN. NIET DE ETNA OF DE VESUVIUS, GEEN VAN DE TROPISCHE VULKANEN, MAAR EEN BERGMASSIEF IN DE PROVENCE. IN DE WOORDEN VAN PETER HANDKE, EEN *KALKSCHOLLENAUFFALTUNG*, WAARUIT WE, ZONDER DEZE TERM TE HOEVEN VERKLAREN, KUNNEN CONCLUDEREN DAT DE NAVEL VAN ONZE AARDE INMIDDELS AAN STAAR MOET ZIJN GAAN LIJDEN

☞ THE NAVEL OF THE EARTH, IN CLASSICAL ANTIQUITY SITUATED IN DELPHI WHERE IT IS STILL ON VIEW, WAS IN THIS CENTURY TRANSFORMED, IN FORM AND CONTENT, INTO A MOUNTAIN IN THE SOUTH OF FRANCE. FREUD AND BATAILLE HAVE TRIED TO EXPLAIN IT, CÉZANNE POINTED OUT THE SPOT TO US. NEITHER ETNA NOR VESUVIUS, NOR ANY OF THE VOLCANOS IN THE TROPICS, BUT A MOUNTAIN MASSIF IN PROVENCE. IN THE WORDS OF PETER HANDKE, A *KALKSCHOLLENAUFFALTUNG*, FROM WHICH WE CAN CONCLUDE WITHOUT HAVING TO TRANSLATE THIS TERM THAT THE NAVEL OF OUR PLANET MUST NOW BE SUFFERING FROM A CATARACT.

PAGE 231

Mediamatic

VOL 5 # 4

☞ This century is a century of the eye. Our art is an art of the eye. Our planet as the floating eye, the Sainte-Victoire as a bulge, a sty in the eye at the same time representing the planet as an eye. Cézanne recorded his image of the eye, which has become our own image of the eye, in an endless series of drawings and paintings. That is to say, time and again he painted the mountain to visualise the secret of his own eye. The mountain, the surrounding scenery. But we are actually situated in Cézanne's eye. The eye is examined day-in, day-out. The mountain represents the blind spot of our planet, at the same time the blind spot in Cézanne's eye. It is the domain of an uncertainty that can only be examined by the feel.

For this purpose, Cézanne developed a method that we are still trying to putloin from him. Rilke, Heidegger, Handke, Rémy Zaugg, Straub/Huillet, we have all come up with possible solutions for this enigma. Cézanne, El Greco and Van Gogh, with all of them we think of neurological disorders of a physical as well as a psychological nature. But why did Van Gogh cut off his ear? The previous century apparently still relied on the eye. Cézanne is our contemporary, even though he lived in the 19th Century. He knew that our perspective vision was a fallacy, that three-dimensional space did not exist.

He examined his own vision, and found the eye as an object of examination. Not until Buñuel had a donkey's eye cut into two with a razor blade in his *Chien Andalou*, did anyone apply Cézanne's lessons to the full.

A pilgrimage to the Sainte-Victoire has lost all meaning. Heidegger, fascinated as he had become by the mountain that had meant so much to Cézanne, reminds us of a pathologist who scrutinises the laid-out body, as if there was still life in it. He takes off on a journey, visits the mountain and views the paintings to conclude that this is a matter of *das Anwesenlassen selbst* (leaving the presence to itself), no longer a representation of something else, but a presence of its own. Rilke had already pointed out that with Cézanne *the tangible eludes us, transforms itself*. Someone else writes about matters made present, but at the same time flowing back into *absence*.

Rémy Zaugg is the most extreme in his analysis. On brown wrapping paper, he lays out a scheme of the case, like an ophthalmologist. Perhaps this is the most feasible model: the various spots and colours in Cézanne's *La maison de perdu* are reproduced literally. *Representation of itself and reproduction of something that it is not*, one might phrase it. That, eventually, Zaugg tries to place it in another scheme seems a little too easy (in fact, Zaugg's

PAUL GROOT
 Passion 1, 1991

Onze eeuw is een eeuw van het oog. Onze kunst is een kunst van het oog. Onze planeet als het zwevende oog, de Sainte-Victoire als een uitstulping, een strontje in het oog dat tegelijk de planeet als oog tegenwoordig stelt. Cézanne heeft in een oneindige reeks tekeningen en schilderijen zijn beeld van het oog, dat ons beeld van het oog is geworden, vastgelegd. Dat wil zeggen, hij schilderde keer op keer de berg om het geheim van zijn eigen oog in beeld te krijgen. De berg, het landschap eromheen. Maar we bevinden ons in werkelijkheid in het oog van Cézanne. Het oog wordt dag in dag uit onderzocht. De berg vertegenwoordigt de blinde vlek van onze aarde, tegelijk de blinde vlek van Cézanne's oog. Het is het gebied waar een onzekerheid heerst die slechts tastenderwijs onderzocht kan worden.

Daarvoor heeft Cézanne een methodiek ontworpen die we hem nog steeds willen ontfutselen. Rilke, Heidegger, Handke, Rémy Zaugg, Straub/Huillet, allemaal hebben we oplossingen van dit raadsel aangedragen. Cézanne, El Greco en Van Gogh, bij hen allen denken we aan een neurologische ontstemming die van fysieke en psychische aard is. Maar waarom sneed Van Gogh zich het oor af? Kennelijk vertrouwde de vorige eeuw nog op het oog. Cézanne is onze tijdgenoot, ook al leefde hij in de vorige eeuw. Hij wist dat ons perspectief kijken een *fallacy* was, dat driedimensionale ruimte niet bestond. Hij boog zich over zijn eigen kijken, en vond het oog als onderzoeksobject. Pas Buñuel, in zijn *Chien Andalou*, als hij met een scheermes een ezelsoog laat doorsnijden, zou Cézanne's lessen met volle consequentie toepassen.

Een pelgrimage naar de Sainte-Victoire heeft iedere zin verloren. Heidegger, gefascineerd als hij raakte door de berg die voor Cézanne zo veel betekend had, doet denken aan een patholoog-anatoom die het afgelegde lichaam scrupuleus onderzoekt, alsof het nog levenskracht bezit. Hij gaat op reis, bezoekt de berg en bekijkt de schilderijen om te concluderen dat het hier gaat om *das Anwesenlassen selbst* (het zelf aanweziglaten), niet langer een afbeelden van iets anders, maar een eigen aanwezigheid. Rilke had al eerder gemeld dat ons bij Cézanne *het tastbare ontsnapt, zich transformeert*. Elders lezen we over het aanwezig gemaakte dat tegelijkertijd terugvloeit in *afwezigheid*.

Rémy Zaugg gaat het verst in zijn analyse. Op bruin pakpapier heeft hij als een oogarts het ziektegeval in schema gebracht. Misschien is dit wel het meest bruikbare model: de uiteenlopende plekken en kleuren op Cézanne's *La maison de perdu* zijn letterlijk weergegeven. *Voorstelling van zichzelf en weergave van iets dat het niet is*, zo zou je het kunnen formuleren. Dat Zaugg het uiteindelijk in een ander schema wil onderbrengen maakt een te gemakkelijke indruk (in wezen wil Zaugg Cézanne in een schematisch overzicht van Picasso's *Portret van een schilder in de stijl van El Greco* laten overvloeien).

HET GEHEIM VAN CÉZANNE?

Fermez les yeux, attendez, ne pensez plus à rien. Ouvrez-les. N'est-ce pas? Maar hoe breng je het terrein van de blinde vlek in beeld? Cézanne sprak graag over cirkels, bollen en kegels als hij zich een eerste schets voorstelde van een in zijn ogen nog onbetreden landschap. Prisma's zou ik eraan toe willen voegen. In ieder geval waren die meetkundige figuren van Cézanne niet zo kleurloos als hij misschien zelf suggereerde. Een gehavende blik, een angetast gezicht: een schaduwgebied van het lenzenstelsel van ons oog. Een duistere plek waar de voortdurende weerspiegelingen van elders gerealiseerde kleuren op en neer golven. Je stelt je de grot van Plato voor als een donkere kamer met voortdurend golvende weerspiegelingen, zoals je soms op het plafond van huizen aan de gracht het laatste zonlicht ziet bewegen. Cézanne wist dat hij op het spoor was van een onbetreden gebied. Onzichtbare golven en kleuren vastleggen. Diep in het oog vond hij de extase, net als Bataille later.

BEDEVAART NAAR EGYPTE

Het oorspronkelijke plan was de waanzinnige uitgebreide Cézanne-kritiek en de ongelooflijke interpretatie-zucht een stap voor te zijn. Vooral sinds Heidegger het pad van Cézanne volgde tot aan het punt waar de berg Sainte-Victoire in zicht kwam. En hij naar eigen zeggen zo de route gevonden had waarmee zijn eigen weg als denker van begin tot einde op eigen wijze correspondeerde. Sinds Peter Handke in zijn *Die Lehre der Sainte-Victoire* de weg naar de Heilige Berg definitief had afgesloten voor ieder ander bezoek. De berg moest



intention is to let Cézanne fade over into a schematic survey of Picasso's *Portrait of a painter in El Greco's style*.

CÉZANNE'S SECRET?

Fermez les yeux, attendez, ne pensez plus à rien. Ouvrez-les. N'est-ce pas? But how to visualise the area of the blind spot? Cézanne liked to speak of circles, globes and cones when he made himself an image of a first sketch of an, in his eyes, untrodden landscape. Prisms, I would like to add. In any case, these mathematical figures of Cézanne's were not as colourless as he himself may have suggested. A distorted gaze, a tarnished face: a shadow area of the lens system of our eye. A dark spot where the continuous reflections of colours realised elsewhere are swaying up and down. One imagines Plato's cave as a dark room with continuously swaying reflections, as one sometimes sees the last sunlight move on the ceiling of a canalside house. Cézanne knew that he was on the verge of finding an untrodden area; of recording invisible waves and colours. Deep in the eye he found ecstacy, as did Bataille later.

PILGRIMAGE TO EGYPT

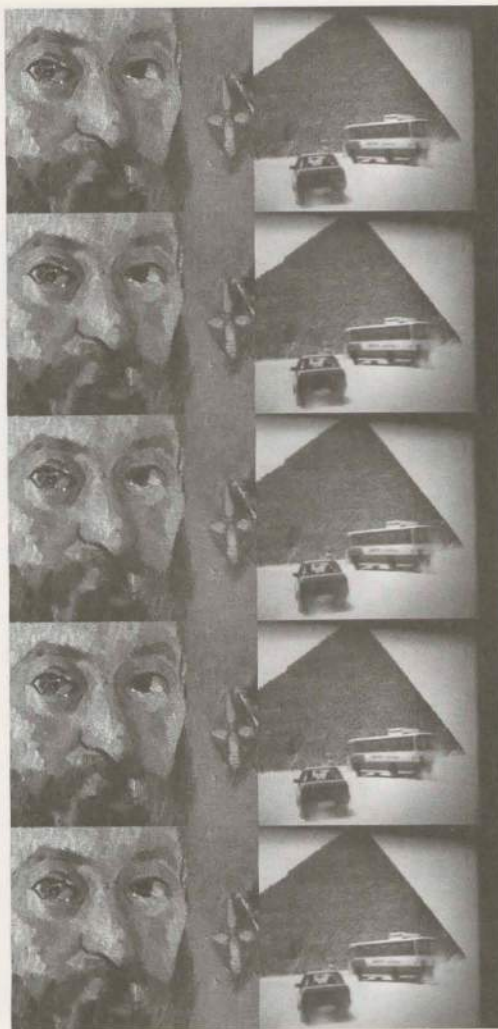
The original plan was to be one step ahead of the absurdly expanded Cézanne criticism and the incredible hunger for interpretation which had developed in particular since Heidegger had followed Cézanne's path up to the point where the Sainte-Victoire mountain came into sight; thus, according to himself, having found the route with which his own path as a thinker corresponded from beginning to end, in a way of its own. And since then Peter Handke in his *Die Lehre der Sainte-Victoire* has definitely closed the way to the Holy Mountain for any further visits. The mountain would have to be destroyed before it could be viewed again.

That is the reason why we are now here, in Cairo, with the sun rising quickly, in a car with the windows closed, sweating absurdly so that, on top of it all, our perspiration is condensing against those windows: we are trying to redeem the secret of the Sainte-Victoire from the pyramids.

How long has it been since I used Descartes' wave-particle theory to prove that in Cézanne's paintings there is continuous motion? Descartes' main inspiration dates back

to the night when somewhere in Bavaria he held off the cold by literally crawling into a fire place.

Instead of that, and at the same time also to forget Heidegger and Handke and all those others, we are sitting behind dusty, misty windows, filming and making photos of the pyramids as if it concerned the Sainte-Victoire. With the temperature ever rising, Cézanne occasionally looks round at Robert and Arnaud on the backseat. Cameras are clicking, one camera is continuously zooming, almost inaudibly.



It is very hot already, and very dusty. The camels are standing there gathered as if on a ranch, it is too early yet for the tourists, although in the distance against the sunrise a quivering silhouette is drawing back the dawn step by step. We have chartered a taxi, a jalopy with, for each of its functions, at least one component part broken, worn down, discoloured or simply missing. Only the engine is holding out, and the driver still inspires us with confidence. He is a tawny-coloured man in his sixties, serenity personified, Garcia Marquez' twin brother, renamed Cézanne for the occasion.

The pyramids, three in a row and, depending on one's viewpoint, either 3 separate units or a kind of mastodon with three heads, catch the first light. We have ensconced ourselves in the car. The almost unbearable heat inside it, the sweat pricking in our eyes, the dirt caked onto the door windows and the breaking of the first sun beams, it is the mixture of which we have such great expectations.

Here, at sunrise, the blemished face of the Sainte-Victoire must be redeemed from the shadowy contours of the pyramids. Cézanne is imperturbable. If he is at all aware of something brewing, he does not show it. From time to time he takes a swig of water from the plastic bottle and savours it as if it were an exceptional wine. His presence raises the artistic tension in the hothouse. I never saw him even make a movement, if only an unconscious one, to open his window. He is smoking one cigarette after another, the smoke is swirling around wispily, clinging to the windows. Thus we are trying to visualise the circles and globes and cones in which Cézanne was so very interested; in order to use them to exploit our own blind spot. The site of the

PAUL GROOT
Passion II, 1991

vernietigd worden om hem opnieuw te kunnen bekijken.

Daarom zitten we nu hier in Caïro in een afgesloten auto, waanzinnig zwetend zodat onze transpiratie ook nog eens tegen de ramen slaat, met een snel opgaande zon, en trachten het geheim van de Sainte-Victoire aan de pyramides te onttrekken.

Hoe lang geleden is het al weer dat ik aan de hand van de golfdeeltjes-theorie van Descartes trachtte te bewijzen dat er op de doeken van Cézanne sprake is van een continu voortgaande beweging? Descartes' grootste inspiratie stamt uit die nacht dat hij ergens in Beieren de koude weerstond door letterlijk in een kachel te kruipen.

Daarvoor in de plaats, en tegelijk om ook Heidegger en Handke en al die anderen te vergeten, zitten wij achter stoffige, wazige vensters de pyramides te filmen en te fotograferen als betrof het de Sainte-Victoire. In een nog steeds stijgende temperatuur. Cézanne kijkt af en toe om naar Robert en Arnaud achterin. Camera's klikken, één camera zoomt bijna onhoorbaar continu.

Het is er nu al heet en erg stoffig. De kamelen staan er als in een ranch bijeengeschaard, het is nog te vroeg voor de toeristen, alhoewel verderop tegen de zonsopgang een trillend silhouet stapje voor stapje de schemering opentrekt. We hebben er een taxi voor gecharterd, een rammekast waar van iedere functie wel een onderdeel gebroken, afgesleten, verkleurd is of gewoonweg ontbreekt. Alleen de motor heeft het niet af laten weten en ook de chauffeur blijft ons vertrouwen inboezemen. Het is een tanig gekleurde zestiger, de rust zelve, de tweelingbroer van Garcia Marquez en door ons voor deze gelegenheid tot Cézanne herdoopt.

De pyramides, drie op een rij en al naar gelang waar je je bevindt drie losse eenheden of een soort mastodont met drie koppen, vangen het eerste licht op. We hebben ons in de auto verschanst. De bijna ondraaglijke hitte hier binnen, het zweet dat in onze ogen prikkelt, het op de deurvensters vastgekoekte vuil en de breking van de eerste zonnestralen, het is de mix waarvan wij grote verwachtingen hebben.

Hier moet bij zonsopgang uit de schaduwrijke contouren van de pyramides het geschonden aanzicht van de Sainte-Victoire gered worden. Cézanne is onverstoorbaar. Als hij al enige onraad vermoedt, hij laat er niets van

blijken, af en toe neemt hij een slok water uit de plastic fles en proeft het als een zeldzame wijn. Zijn aanwezigheid verhoogt de artistieke spanning in de broeikas. Ik heb hem zelfs niet een, al was het maar onbewuste, beweging zien maken om zijn raampje open te draaien. Hij rookt de ene sigaret na de andere, de rook zweeft in sliertige wolkjes rond, blijft tegen de vensters hangen.

Zo willen we de cirkels en bollen en kegels waar Cézanne zo veel belang in stelde in beeld krijgen. Om daarmee onze eigen blinde vlek te kunnen exploiteren.

Het terrein van de Sainte-Victoire zelf was uitgeput: hoevele geneesheren hadden zich al niet over de mummie gebogen, en de ziekte geanalyseerd? Wij zochten hier naar de geestelijke achtergrond, de schaduwplek in onze hersenen waar de coördinaten van de abstracte vormen, de haarvaten van de blinde vlek hun weerspiegeling vinden. In zekere zin zijn we in de werkelijkheid van de papieren wereld van Zaugg beland; alleen is de woestijn hier echt, zijn de pyramides echt. Zaugg erkent Cézanne alleen als een conceptueel kunstenaar. Wij willen hem als kunstenaar usurperen, in onze eigen hersenen opnemen. Zaugg schrijft op een laag vernis, wij proberen de ziel van Cézanne te stelen.

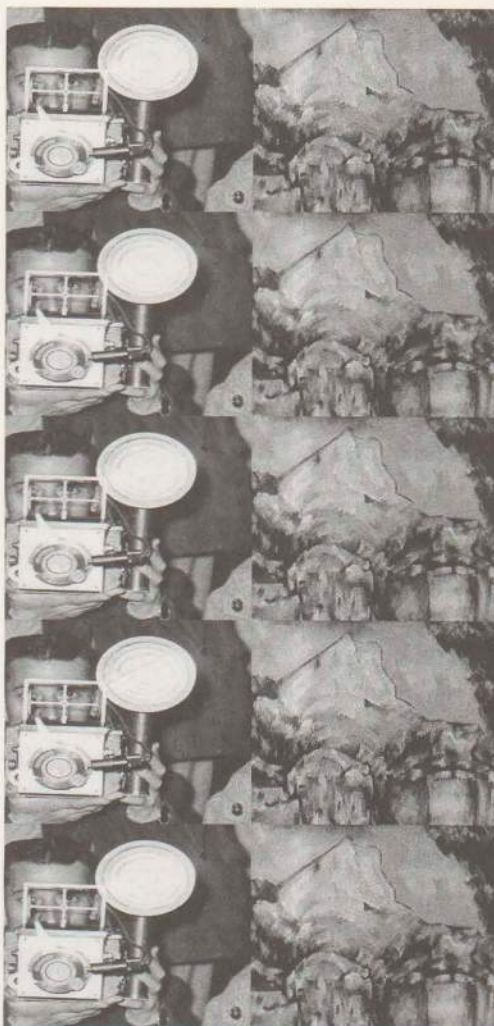
flaubert beschrijft in zijn *Reis door de Oriënt* hoe in Egypte de graven van de vroegste beschavingen worden opengebroken. Grafschenners die de vloek van de dode met zich mee zullen dragen.

In de blinde vlek van ons denken, denken wij God. De grafkamer van ons zien, van ons denken, waar de weerspiegelingen en de repercussies van de onbegre-

pen wereld zich dwangmatig openbaren. Ongrijpbaar voor ons bewustzijn speelt zich daar een voortdurend wisselende *mise-en-scène* af. We zijn grafschenners van onze eigen rationaliteit. Het is een plek om bang voor te zijn. Een plek ook die je niet ongestraft kunt betreden.

Cézanne zelf gebruikt de Sainte-Victoire als metafoer. Rilke, Heidegger en Handke treden op als de grafschenners van diens geheim. Ze slaagden er, wat je ook over hun interpretaties denkt, niet in afstand te bewaren. Ze zitten Cézanne te dicht op de huid; hun perspectief belet hun te zien dat Cézannes geheim niet op de berg, niet in zijn uitspraken, zelfs niet in zijn werk ligt. Zijn geheim is

VERVOLG OP PAGINA 246



☛ Sainte-Victoire itself was exhausted: indeed, many were the doctors who had already examined the mummy to analyse the disease. Here we were searching for the spiritual background, the shadowy spot in our brains where the coordinates of the abstract forms, the *capillaries* of the blind spot, are reflected. In a way, we have landed in the reality of Zaugg's paper world; but the desert is real here, and so are the pyramids. Zaugg recognises Cézanne as a conceptual artist only. We wish to usurp him as an artist, to bring him into our own brains. Zaugg writes on a layer of varnish, we are trying to steal Cézanne's soul.

In his *Journey across the Orient*, Flaubert describes how in Egypt the tombs of the earliest civilisations were forced open; tomb desecrators who will travel under the curse of the dead.

In the blind spot of our thinking, we situate God. It is the burial chamber of our seeing, of our thinking, where the reflections and the repercussions of the uncomprehended world reveal themselves inexorably. There, beyond the grasp of our consciousness, a constantly changing *mise-en-scène* is taking place. We are the desecrators of our own rationality. It is a spot to be frightened of. Also a spot that we cannot enter with impunity.

Cézanne himself uses the Sainte-Victoire as a metaphor. Rilke, Heidegger and Handke act as the desecrators of his secret. Whatever our opinion of their interpretations, they did not succeed in maintaining their distance. They hug too closely to Cézanne; their perspective prevents them from seeing that

Cézanne's secret cannot be found on the mountain, nor in his statements, and not even in his work. His secret is the reflection of his work in our own subconscious, lying hidden in our eyes. Not the Freudian subconscious, nor a literary or philosophical subconscious, but one of a visual nature.

We are attempting to give an approximation of how this blind spot transmits its reflection within our brains. As a kind of phantom eye (compare it to the conceptual leg still left in the mind after the amputation of a real one), an eye that we then try to record by approximation on photo and film material. Memories, 'washed' through our brains, and

occasionally emerging. Time has done its work. What we remember eventually turns out to be little more than some blemished film material, the images of which we complement with other sensory experiences. Our memory as a film tape nearly decomposed into dust. This failing memory disintegrates and ousts the original image, but at the same time our senses are building a new representation of it.

As for the real Sainte-Victoire, we are looking for its phantom image in Egypt. The fanciful shapes and colours of a product of nature vis-à-vis the rectilinearity of a rational creation. Yet, no direct dialogue between natural forms and human calculation. The pyramids should be hidden behind shrouds and clouds, resulting in an extremely minimal form: the experience of the semi-blind. But the dirty windows, the heavy cigarette smoke, our steaming clothes and the not too sharply adjusted cameras were more critical than we were ourselves. The result was an almost magical intervention: overexposed photos, that is what it most resembled.

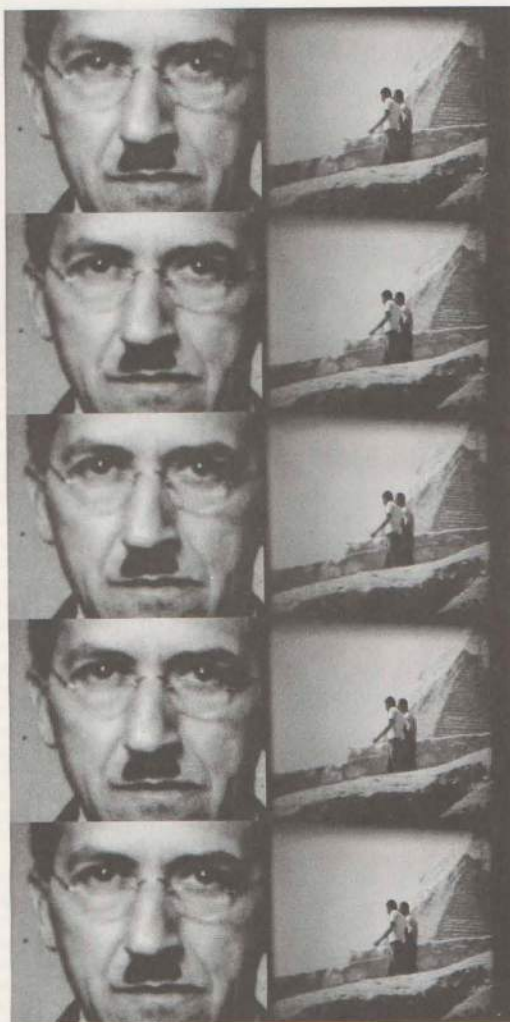
What finally remains is something I would call the result of an *actio in distans*: the peripheral events of the almost incredible session in the sweltering car. Images of the tourist industry coming alive, the last images of the disappearing pyramids, Cézanne asking politely if the windows might be opened *now*: at least, his window.

Handke's Sainte-Victoire is a mountain amidst the woods and therefore a reflection of the Salzburg and surroundings. Once I had a guide point out

Handke's house from the highest point of this mountain. *There below; but he is not there now, he is spending some time in Paris.* But how is that, is he not always there, below, even when he is in Paris or when he is climbing the Sainte-Victoire? Below is where his home is; he sees a mountain that Cézanne has never seen in that way, never could have seen.

Looking back, my own Sainte-Victoire, although in Egypt, turned out to be not much else than a Frisian farmhouse tarnished by time. One of those black silhouettes of a pyramid placed on a pedestal, emerging from the flat landscape.

Translation: OLIVIER/WYLLIE



IN A VACUUM OF MEANINGS

Straub/Huillet and Cézanne: a film

There is undoubtedly an unbridgeable gap between the rigid morality of the rhetorical means of Straub and Huillet and Cézanne's painter's dialectic, used in pursuit of an invisibility. The gap between a mummified avant-garde and still very much alive painting turns this film into an almost frightening experience. Do Straub and Huillet empathise with Cézanne at all, do they in any way love the work of this malicious master, or is their only motive to drag Cézanne down into their horrifyingly rhetorical story?

We listen to fragments of a conversation that Joachim Gasquet had with Cézanne: Cézanne's voice has become the alienating voice of Huillet, illustrated by photos of the painter at work, some paintings and images of, presumably, his house in Aix-en-Provence. There is a revolving camera movement over a new town area with motorways; Cézanne's landscape engrossed in the insanity of our modern living environment. There is a fragment from Jean Renoir's *Madame Bovary*, and a quote from *Tod des Empedocles* by Straub and Huillet. In hallucinating phrases, Hölderlin evokes the dawn of a Greek civilisation; here, the sun is still new, every day.

Cézanne is not really the painter of the refined sensory perception. He is neither a Turner nor a Monet, who, as if from a sensuousness of his own, magically adorns the world in illusive hazes and clouds of flowers. Turner and Monet knew that all it takes is a cross-eyed glance, an inaccurate focus, to reduce our environment to poetic material. Cézanne needed abstract conceptions and mathematical forms to embody the environment. His work is never the poetry of the smile. Dour and contrary in spite of himself, I am inclined to think - his work reaches an area that he himself seems unable to fathom. He pontificates to Gasquet, but I never hear him talk about what he means to me, specifically. Cézanne as the

painter who travels towards the borders of the invisible, the ineffable, and from there, in a vacuum of meanings, transmits his messages.

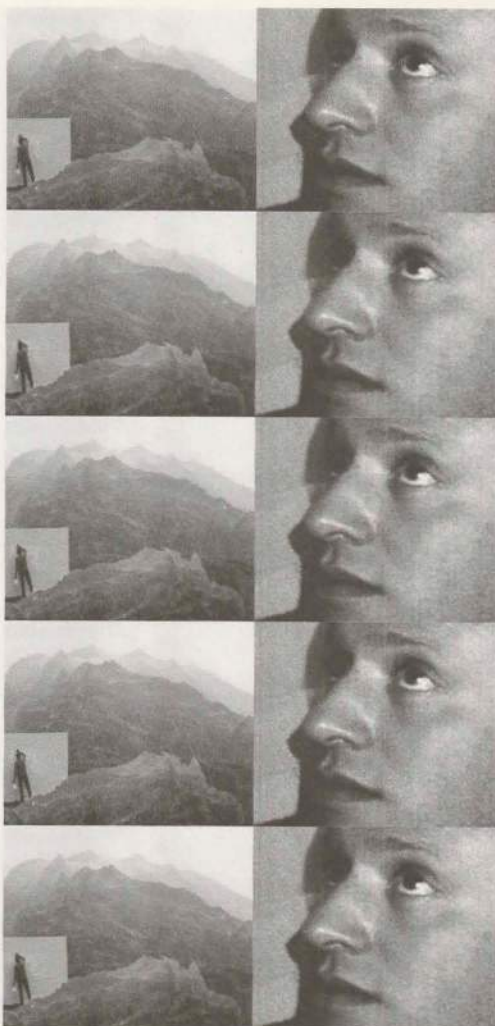
Cézanne is the medium used by the art of painting, contrary, perhaps, to his own opinion.

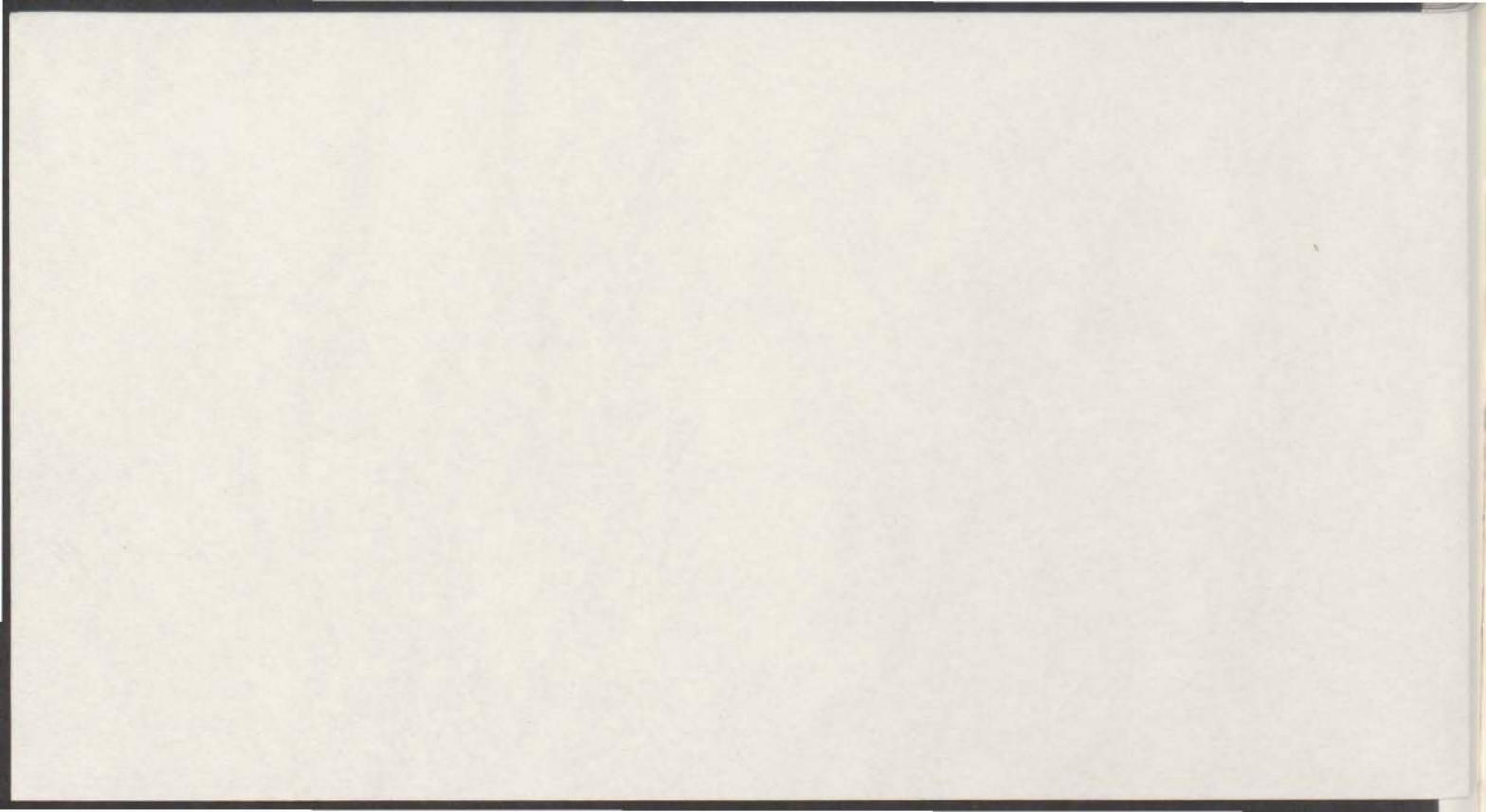
My Cézanne usually consists of only two paintings in Amsterdam's Stedelijk Museum. There, once or twice a year, I test my latest findings. How many Cézannes have I seen face-to-face, how long ago, and in what respect does my mental picture of the works differ from the actual paintings? I project nearly every new view I develop on painting onto Cézanne. That is, onto the image that I hold of him, an image that is daily affected, enriched, changed, by innumerable other experiences. How much Renoir is there in my Cézanne? Did I not mistake a Monet for a Cézanne, the other day?

Vis-à-vis the personal and slowly to be unravelled secret of Cézanne's painting, Straub and Huillet put the rhetoric of image and language. Depersonalised photographs of the painter, reduced to stagnant representations. And - most shocking paradox - on film,

24 images per second, Cézanne's paintings immobilised. Confronted with a painting of the master, our ever moving eye scans over the brush strokes, the touches of paint scanning our eyes in return, while Cézanne's brings an ever vibrating message from a distant past. A time machine which, for the time being, still keeps the upper hand over all mechanical reproduction techniques, and certainly over that long since ended interim-regime of the film. Have Straub and Huillet lost their belief in film? With this foolish idea to convey Cézanne's message on film tape, are they trying to expose the definite bankruptcy of film as a medium?

Translation: OLIVIER WYLLIE





The Normal Media

The word that made a man out of an ape and killed the ape in the process keeps man an animal the way we like to see him.

WILLIAM BURROUGHS
In the long run, everything becomes interesting; that is the fate of the normal media. The one remaining Mayan text might perhaps reveal the most profound secrets, or it may be an advertising flyer for a department store. This doesn't make it any less fascinating. What characterizes normal media is the fact that they aren't seen as an expression of culture in the times in which they appear. Only when they appear as a collection, accompanied by a chronology, or an object of study for the science of 'normal history', do they acquire that something extra which the conversation at the next table or the letter to an unknown recipient automatically possess. Only such a theft can stimulate the imagination into practicing hermeneutics of the everyday. Such media are taken for granted to such an extent when they're released into people's everyday lives that they allow no meta-level. They're much too close to their own space-time to allow for the distance necessary for the anthropological gaze or simple, banal pleasure to come into being. They're like the bone from which the entire skeleton of a dinosaur can be reconstructed, or the sequence which makes possible the reconstruction of an entire fictional film. As long as they remain submerged in the whole, they possess no information-value at all. But when regarded as a paradigmatic splinter, they reveal the entire landscape of which they were a part. *Unzeitgemäße* normal media are only conceivable as something unthinkable.

Normal media require no advertising. They are handed out, unasked for, in numbers which preclude avoidance. The waste has already occurred. Direct mail has achieved its aim if three per cent of the recipients react. Normal media companies abuse the legal obligation to receive mail. We find descriptions of runaway cats, announcements of upcoming parties at the neighbours', Scientology folders about the most recent Hubbard, an invitation to the festive re-opening of Brinkman's butcher shop, furniture catalogues, *neat, respectable student looking for a room*, a course in salsa dancing, the supermarket's weekly specials, various door-to-door magazines, a book club catalogue, the takeaway Chinese and Italian restaurant menus, the neighbourhood newspaper, personal letters addressed to the Occupants of this Building, political flyers and cultural teasers. The same category lives on

in the current of actual news in the form of lonely hearts advertisements, family announcements and other ads. Even the White and Yellow Pages can expect to come into contact with the average citizen on a regular basis.

The unasked-for media take no notice of the differentiated behaviour of contemporary consumers, who put together their own, personalized media package. The classic model of 'one-way traffic', in which recipient B simply had to accept message from source A, has been shoved aside as something undemocratic. The adage: *Choose your own message* has turned reception into an act of will.

Media for the millions plough right across this conscious selection and are in a position of such sovereignty that they are uninterested in market penetration and mental incorporation. They feel most at home stuck in between old newspapers, strewn along the street, on top of the garbage can, in the gutter.

The design of normal media requires a certain period of incubation before it can be recognized as such. Their layout doesn't plunder and imitate the work of the daring avant-garde, nor does it play on feelings of nostalgia. They unintentionally succeed in causing a short circuit in the field between folk culture and mass culture.

Their problem is how to be noticed without becoming interesting. They must never just be consigned at a glance to the category of messages aimed at only one segment of the market. They blend the amateurish bungling of the lyrics of

songs for jubilees and weddings with the professional sheen of the game show emcee and revue performer. Desk-top publishing, handycamcorders and autozoom see to it that both levels miss being attained by a hair's breadth. A well groomed normality which offers everyone a place, and off of which all disdain bounces harmlessly. Run-of-the-mill, everyday media can be forged, but never parodied. Letters from the Municipal Street Maintenance Authorities or local businesses are a standard part of the arsenal with which the *spaßguerillas* (leisure guerillas) play, but an ironic mail order catalogue has yet to be made.

As regards content, one need expect nothing new of the normal media. They've made an editorial policy of McLuhan's ingenious remark that the content of media consists of the preceding media. They are printed store windows, illustrated radio programs, myths adapted for the screen, digitized town criers, telephonic neighbours' gossip. While sovereign media still achieve alienating effects by broadcasting films over the radio or filming books (page by page), by visualising radio dramas or word-processing them in cyberspace, watching the radio on television is a common, everyday thing. Just consider the talk show, quiz show or news. The tolerant media are not conservative by definition simply because they elaborate on that which preceded them. They don't long for a return to God, country and family, but, rather, offer a new security. A flyer for horse sausage doesn't provoke any aggression on the part of a vegetarian. Racist propaganda, on the other hand, reveals what it is immediately, by showing off its pre-WWII typography and Nazi colour palette. The normal media only irritate with their sheer, overwhelming numbers and the certainty that the stream will never dry up.

Reigning images can be scratched, stilled, and sampled, but never 'camped'. The distribution of normal media takes place beyond the reach of kitsch. Banality can only be produced using pictures which have seen their day. Thus, no one has yet spotted an ironic use of the lap top computer or other mobile immaterials. But the capacity for such use of the solid goods which gave the consumer society its material charm is more than ample. Normal media are always one step ahead of fans of banality. Their emptiness is so interwoven with their own times, that even the artistic avant-garde which strives for durability has missed them radically. Only as *gesunkenes Kulturgut* do the *maxima normalia* become the bearers of a discourse, and thus suitable for artistic recycling.

translation JIM BOEKBINDER

On the occasion of this special Otaku/Radical Boredom issue we asked an international expert in the field to compile a list of water art-video's. Here it is! complete with date, nationality and a key word that specifies the type of water for each video. Handy!

W A T E R V I D E O

author	nat.	title	year	key word
Michino Amali	J	<i>Bio Tide</i>	1988	jumpy
Marie André	B	<i>Constant</i>	1984	shivering
Charles Atlas	USA	<i>Secret of the Waterfall</i>	1983	gay
Studio Azzurro,	I	<i>Il Nuotatore (va troppo spesso ad Heidelberg) (1)</i>	1984	split
George Barber	GB	<i>yes Frank, no smoke</i>	1984	pornographic/blue
Dominik Barbier	F	<i>Là est Minos, horriblement qui grince</i>	1985	Styx
Clio Barnard	GB	<i>Dirt & Science</i>	1988	troubled
B. Beban & H. Horvatic	YU	<i>Primanje Imena (taking on a name)</i>	1987	deep
Ingrid Beverwijk	NL	<i>Secret dreams of Narcissus (1)</i>	1987	metamorphic
Ingrid Beverwijk	NL	<i>An extraordinary Glance (1)</i>	1988	lightning
Michele Blondeel	B	<i>La Dame du Lac</i>	1983	leman
Skip Blumberg	USA	<i>Video WaterFall (1)</i>	1987	plumbing
Skip Blumberg	USA	<i>Get Wet</i>	1988	glossy
Dan Board	USA	<i>Jean-Luc goes Seaworld</i>	1980	vague
Luc Bouzat	F	<i>Lovely Boat</i>	1983	chanty
Tanja den Broeder	NL	<i>De Vita Longa</i>	1990	tanga
James Byrne, Eiko & Koma	USA	<i>Lament</i>	1985	kikkerbadje
Jay McCafferty	USA	<i>Ocean Tape</i>	1975	salty
Robert Cahen	F	<i>La Danse de l'Épervier</i>	1988	kikkerbad
Robert Cahen	F	<i>Parcelle de Ciel</i>	1987	floating
Robert Cahen	F	<i>Boulez Répons</i>	1986	floating
Michel Cardena	NL	<i>Me lavo las Manos</i>	1982	hypocrite
Shu Lea Cheang	USA	<i>Color Schemes</i>	1989	laundrette
Maxi Cohen	USA	<i>Cape May; end of the Season</i>	1981	retired
Geertrui van der Craats	NL	<i>Het Meisje en de blauwe Vis</i>	1990	chorus
Peter Dargel	BRD	<i>Hinter den Augen</i>	1988	brain
Peter Dargel	BRD	<i>Interference</i>	1989	patchwork
Peter Dargel	BRD	<i>Stille Wasser</i>	1987	tief
Dennis Darmek	USA	<i>Fear of Floating</i>	1986	sunk
Christiane Delbrugge	B	<i>Sirenen</i>	1989	Rhein
Jan Dibbets	NL	<i>12 Hours Tide Object with correction of Perspective</i>	1969	anamorphic
Jaap Drupsteen	NL	<i>The Flood</i>	1985	overwhelming
Jaap Drupsteen	NL	<i>Barco di Venezia per Padova</i>	1978	dripping
Jaap Drupsteen	NL	<i>Hyster Pulsatu</i>	1984	pumping
Mary Duval/Art Nomura	USA	<i>Seascape</i>	1984	salty
E.S.I/Vidago	USA	<i>The Aral Sea</i>	1982	green
Roel Faassen	NL	<i>Videosculpture 2</i>	1983	gravitative
Jean-Paul Fargier	F	<i>Joyce Digital</i>	1984	digital
Barry Flanagan	GB	<i>Hole in the Sea in: Land Art</i>	1969	trapped
Ken Feingold	USA	<i>Water Falling from one World to another</i>	1980	spicy
Ken Feingold	USA	<i>New Building under the Water</i>	1982	high
David Finch	GB	<i>The flying Trunk</i>	1987	palimpsest
Hanna Frenzel	BRD	<i>Aquamoving</i>	1979	dynamic
Ricardo Füglistahler	NL	<i>Panta Rhei (1)</i>	1988	dripping
Ricardo Füglistahler	NL	<i>Fish (1)</i>	1985	stinking
Monika Funke Stern	BRD	<i>Parfait d'Amour</i>	1987	ahoy!
Jean - Michel Gautreau	F	<i>Le Lac</i>	1983	virtual
Christiane Geoffroy	F	<i>Narcisse et sa Chorégraphie en Chambre</i>	1986	spermatic
Frank Gillette	USA	<i>Quidditas I,II,III</i>	1975	speaking
François Girard	CAN	<i>Tango Tango (Georgia ou l'Odeur des Nuages)</i>	1988	evaporative
Jean -Luc Godard	F	<i>Puissance de la Parole</i>	1988	orbital
Shalom Gorewitz	USA	<i>Autumn Floods</i>	1979	lots of
Shalom Gorewitz	USA	<i>After theStorm</i>	1988	holy
Peter Greenaway	GB	<i>Inside Rooms - 26 Bathrooms</i>	1985	soapy

WATER VIDEO

author	nat.	title	year	key word
Peter Greenaway	GB	<i>Les morts de la Seine</i>	1989	numbering
Bettina Gruber & Maria Vedder	BRD	<i>Der Herzslag des Anubis</i>	1988	Eau de Cologne
Marina Grzinic & Aina Smid	YU	<i>Zed</i>	1989	thirsty
BKH Gutman	BRD	<i>Die Flut zu Tisch</i>	1986	mineral
Johanna Heer & Werner Schmiedel	USA	<i>Gold</i>	1983	mineral
David Hall	GB	<i>TV piece</i>	1971	historical
Dough Hall	USA	<i>Storm and stress</i>	1986	overwhelming
Johanna Heer & Werner Schmiedel	USA	<i>Gold-suddenly gold Images (t)</i>	1985	alchemical
Harry Heyink	NL	<i>Marefonie (t)</i>	1983	luring
Gary Hill	USA	<i>Incidence of Catastrophe</i>	1989	shifting
Gary Hill	USA	<i>Bathing</i>	1977	soapy
Thomas Hjelm/Per Fly	BRD	<i>Der unbekante Seemann</i>	1988	salt
Nan Hoover	NL	<i>Blue Mountains - Australia</i>	1988	conceptual
Nan Hoover	NL	<i>Wigry - Poland</i>	1989	conceptual
Madelon Hooykaas/Elsa Stansfield	NL	<i>The Force behind its Movement</i>	1984	blue
Madelon Hooykaas/Elsa Stansfield	NL	<i>Flying Time</i>	1982	blue
Madelon Hooykaas/Elsa Stansfield	NL	<i>Point of Orientation</i>	1986	blue
Madelon Hooykaas/Elsa Stansfield	NL	<i>Dialoog</i>	1987	blue
Beatrijs Hulskes & Wouter Boekeloo	NL	<i>Waterballet</i>	1985	kindergarten
Catherine Ikam	USA	<i>Niagara Falls. I, II, III</i>	1979	effervescent
Michel Jakar	B	<i>Extases</i>	1989	kikkerbadje
Jaap de Jonge	NL	<i>Few Fish/Clear Water</i>	1988	rippled
Joan Jonas	USA	<i>Volcano Saga</i>	1989	hot
Bryan Jones	USA	<i>Just Treading Water</i>	1975	thick
Yoichiro Kawaguchi	J	<i>Ecology Ocean</i>	1986	green
Kenneth Keen	BRD	<i>Water Ballet</i>	1987	swan lake
Anna-Celia Kendall	F	<i>Pavane</i>	1990	bagpiping
Axel Klepsch	BRD	<i>Das Wasser ist viel zu tief</i>	1988	bubbly
Nol de Koning	NL	<i>Palinuro (t)</i>	1984	mythological
Nol de Koning	NL	<i>Bulicame</i>	1987	mythological
Shigeko Kubota	USA	<i>Broken Diary Chapter 12: Soho Soap Rain Damage</i>	1986	accidental
Shigeko Kubota	USA	<i>River Run - Videowater poems (t)</i>	1972	zen
Shigeko Kubota	USA	<i>Niagara Falls (t)</i>	1985	calesidoscopic
George Kuchar	USA	<i>Weather diaries</i>	1986	showering
Naoko Kurotsuka	J	<i>A Miniature Garden</i>	1983	dripping
Gerda Lampalzer	A	<i>Wien liegt am Meer</i>	1985	Amersfoort aan zee
Jean-Louis Letacon	F	<i>Waterproof</i>	1986	chlorified
Joan Logue	USA	<i>Ocean</i>	1973	conceptual
Joan Logue	USA	<i>Spots: New England fishermen</i>	1985	shellbacks
Lomholt/Plejdstrup	DK	<i>Wir saßen im Boot, und sahen in Richtung Land</i>	1985	clear
Mary Lucier	USA	<i>In the Blink of an Eye....(Amphibian Dreams)</i>	1987	jumpy
David Mach	GB	<i>The Clydeside Classic</i>	1990	snooker
Mariano Maturana	NL	<i>Aqua</i>	1987	sink
Gudrun von Maltzan	F	<i>Déesse Europe</i>	1989	bottled
Angela Melitopoulos	BRD	<i>Aqua sua</i>	1987	canalized
Antonio Muntadas	USA	<i>Slow down (media ecology ad)</i>	1982	drought
Rita Myers	USA	<i>The Allure of the Concentric (t)</i>	1985	rippled
Ko Nakajima	J	<i>Rangi-Toto</i>	1988	silent
Suzanne Nessim/Teresa Wennberg	USA	<i>Swimmer</i>	1978	chlorified
Maurice Nio	NL	<i>De Walvispiegel</i>	1989	levertraan
Maurice Nio	NL	<i>De Belaagde Landen</i>	1990	controlled
Jean Otth	USA	<i>Limite B</i>	1973	perturbated
Tony Oursler	USA	<i>Spillchamber 1&2 (t)</i>	1988	spittoons
Nam June Paik	USA	<i>Allan 'n' Allens complaint</i>	1982	miraculous
Nam June Paik	USA	<i>TV Sea (t)</i>	1974	salty
Nam June Paik	USA	<i>Video Fish (t)</i>	1975	virtual
Nam June Paik	USA	<i>Real Fish/Live Fish (t)</i>	1982	semi-virtual
Fabrizio Plessi	I	Plessi has the most watery oeuvre in video art. One could easily fill a water video festival, with his work only... Buy a catalogue!		
Dan Reeves	USA	<i>Amida</i>	1983	mysterious

author		title	jaar	key word
Klaus Rinke	BRD	<i>Inhaling</i>	1970	bucket
Klaus Rinke	BRD	<i>Wasser holen, Wasser bringen, Wasser schütten</i>	1971	heavy
Nina Rippeel	BRD	<i>Drei Unterwasserstücke mit Cello</i>	1985	vibrating
Al Robbins	USA	<i>Realities</i> (1)	1984	brain
Ulrike Rosenbach	BRD	<i>Or-phelia</i> (1)	1987	leaking
Éder Santos	BR	<i>Uakti</i>	1987	bubbly
Dorita Savert	NL	<i>Four Roses</i>	1988	delirious
Dorita Savert	NL	<i>Mermista</i>	1987	wonderland
Dorita Savert	NL	<i>Verstoten door de Branding</i>	1986	holy
Dorita Savert	NL	<i>Watching</i>	1989	troubled
Werner Schmiedel	BRD	<i>Gegen den Himmel/gegen die Erde</i>	1982	Wasser
Bill Seaman	USA	<i>The Water Catalogue</i>	1984	various
Ellen Sebring	USA	<i>Aviary</i>	1988	chlorified
Lydia Schouten	NL	<i>Beauty becomes the Beast</i>	1985	zoological
Bert Schutter	NL	<i>Related Forms</i> (1)	1980	juggling
Bert Schutter	NL	<i>Strait of Gibraltar/Estrecho de Gibraltar</i> (1)	1984	straight
Servaas	NL	<i>Watercolors</i>	1982	aquarelle
Servaas	NL	<i>Vale of Tears</i>	1982	tear-jerker
Servaas	NL	<i>Fish from Holland</i>	1982	fish-handel
Servaas	NL	<i>Video Artists make us drunk</i>	1986	blotto
Servaas	NL	<i>Non-directional</i>	1981	graphical
Christel Severin	NL	<i>Land of my Fathers</i>	1990	condensed
Michal Shabtay	NL	<i>L'Odalisque Mechanique Amour Endormi</i>	1984	hot
Michal Shabtay	NL	<i>Pas de Deux</i>	1985	hot
Michal Shabtay	NL	<i>Monodrama</i>	1986	hot
Sally Shapiro	USA	<i>Water Paintings C</i>	1977	coloured
Sally Shapiro	USA	<i>Water Paintings Z</i>	1977	coloured
Tjarda Sixma & Michiel Visselaar	NL	<i>Vita sott'Aqua</i>	1985	wonderland
Stuik/Kurpershoek	NL	<i>The March Sirk (Metod III)</i>	1990	heavy
Herlinde Smet	B	<i>Elevation</i>	1989	backward
Ineke Smits	NL	<i>Al het geluid van de wereld</i>	1985	sandy
Ineke Smits	NL	<i>Monas plen</i>	1990	lunatic
George Snow	GB	<i>The assignation</i>	1988	pacman
Torben Søborg	DK	<i>Far out in the wide sea...1</i>	1986	topless
Torben Søborg	DK	<i>Far out in the wide sea...2</i>	1988	anonymous
Marianne Strapatsakis	GR/F	<i>Les phantasmes de la Méditerranée</i> (1)	1989	souvenirs
Teresa Svoboda	USA	<i>Komodo</i>	1986	survival
Jean Jacques le Testu	F/CH	<i>Ulysse machine</i>	1986	domestic
Jean Jacques le Testu	F/CH	<i>Les sirènes chantent quand elles le désirent</i>	1987	metamorphic
Frank & Koen Theys	B	<i>Lied van mijn land, deel 1: Het Rijngoud</i>	1986	metallurgic
Leslie Thornton	USA	<i>There was an unseen cloud moving</i>	1987	drowning
Harald Thys	B	<i>De zeemannen en het schip</i>	1990	weepy
Marciana Timmermans	NL	<i>Three little fishes</i>	1990	melodramatic
Richard Ugolino	F	<i>Peinture l'eau</i>	1983	coloured
Maria Vedder/Bettina Gruber	BRD	<i>Catfish Tango</i>	1986	virtual
Bill Viola	USA	<i>He Weeps for You</i> (1)	1977	myopic
Bill Viola	USA	<i>The Reflecting Pool</i>	1978	diachronic
Bill Viola	USA	<i>I don't know what It is that I'm like</i>	1987	optical
Jan Vromman	B	<i>Omnium Gallorum fortissime cantant Belgae</i>	1989	fish-eye
Clea T. Waite	USA	<i>Stella Maris</i>	1988	Sapphic
G. Walstra	NL	<i>La Mer</i>	1987	salty
Michèle Waquant	CAN	<i>L'étang</i>	1985	fishing
Ineke van der Weele	NL	<i>The vice consul</i>	1983	rowing
Peter Weibel	A	<i>TV Aquarium</i>	1970	virtual
Lawrence Weiner	USA	<i>Beached</i>	1970	speech
Lawrence Weiner	USA	<i>To the sea, On the sea, etc.</i>	1970	speech
Henk Wijnen	NL	<i>De Brug</i>	1988	troubled
Albert Wulffers	NL	<i>Door tranen uitgewist/In silence and tears</i>	1987	rainy/'s-Gravenhage
Keigo Yamamoto	J	<i>The Burning Sea, No.3</i>	1988	entertainment
Peter Zegveld	NL	<i>Venus nee/Praecox</i> (1)	1988	explosive
Ulrike Zimmermann	BRD	<i>Touristinnen</i>	1986	pisseques

SONJA SNOEK

VISUAL CULTURE AS ALIBI

De Traditionele Liefdesverhalen van Atom Egoyan

🏠 *The Traditional Love Stories of Atom Egoyan*

IN HET OEUVE VAN DE CANADEES/ARMEENSE CINEAST ATOM EGOYAN WORDEN FILM EN VIDEO ONOPHOUELIJK MET ELKAAR VERWARD. DE COOLE EIGENSCHAPPEN VAN OPGEBLAZEN VIDEO-OPNAMEN LATEN HUN SPOREN ACHTER IN HET 35MM FORMAAT. TELEVISIE, HOME MOVIES EN VIDEONETWERKEN FUNCTIONEREN ALS DIRECTE VERLENGSTUKKEN VAN DE PERSONAGES, ZONDER AANLEIDING TE GEVEN TOT DE PLASTISCHE VOORSTELLINGEN VAN *VIDEODROME*. DE INTEGRATIE VAN MENS EN NETWERK IN *FAMILY VIEWING* EN *SPEAKING PARTS* MAG DAN PIJNLOOS EN VOLKOMEN ZIJN, ZE VOLTREKT ZICH NIET ZONDER CONSEQUENTIES. AFBROKKELING VAN HET PRIVÉ-TERREIN EN SIMULTANEÏTEIT IN DE FILMS VAN EGOYAN BLIJKEN UITEINDELIJK ONDERGEDOMPELD TE WORDEN IN KLASSIEKE LIEFDESVERHALEN.

🏠 IN THE WORKS OF THE CANADIAN/ARMENIAN FILMMAKER ATOM EGOYAN, FILM AND VIDEO ARE CONSTANTLY INTERMINGLED WITH EACH OTHER. THE COOL QUALITIES OF BLOWN-UP VIDEOTAKES LEAVE THEIR TRACES IN THE 35 MM FORMAT. TELEVISION, HOME MOVIES AND VIDEO NETWORKS FUNCTION AS DIRECT EXTENSIONS OF THE CHARACTERS, WITHOUT LEADING TO THE PLASTIC REPRESENTATIONS OF *VIDEODROME*. THE INTEGRATION OF MAN AND NETWORK IN *FAMILY VIEWING* AND *SPEAKING PARTS* MAY BE PAINLESS AND COMPLETE, BUT IT IS NOT WITHOUT CONSEQUENCES. IN EGOYAN'S FILMS, EROSION OF THE PRIVATE DOMAIN AND SIMULTANEITY EVENTUALLY TURN OUT TO BE IMMersed IN CLASSIC LOVE STORIES.

🏠 *Family Viewing* shows us how a boy named Van takes his grandmother out of a nursing home because she is withering

away in front of the television there. His father, a dealer in video equipment, makes home videos and records his sex life over old

videotapes of family events. In *Speaking Parts*, a chambermaid called Lisa makes advances to a colleague called Lance. She

PAGE 241

Mediamatic

VOL 5 # 4

Family Viewing toont hoe een jongen, Van, zijn grootmoeder uit een verpleegtehuis haalt, omdat ze er wegwijnt voor de televisie. Zijn vader, een handelaar in video-apparatuur, is een thuisfilmer, die zijn seksleven vastlegt over de videobanden met oude familieopnamen heen. In *Speaking Parts* zoekt een kamermeisje, Lisa, toedering tot een collega, Lance. Zijn afwijzing compenseert ze met het huren van de films waarin hij figureert. Lance gaat de hoofdrol spelen in een film over de overlijdensgeschiedenis van de broer van de scenarioschrijfster Clara. Zij beschermt haar script tevergeefs tegen de ingrepen van een producent, die voortdurend via beeldnetwerken communi- ceert.

In de bewoonde wereld van de films is de beeldcultuur alomtegenwoordig. Het beeld is overal, het gebruik ervan in het dagelijks leven is een vanzelfsprekendheid geworden. Na de vaste voet van het audiovisuele produkt in de huiskamer, de televisie, is immers de rol ervan gedemocratiseerd. Camera en afspeelapparatuur zijn uit handen van de professionals genomen ter registratie van het persoonlijke. Communicatiemiddelen breiden zich uit met elektronische afbeeldingen. Oogcontact met het afwezige is mogelijk; netwerk en bekabeling bieden visuele wisselwerking op afstand. Eénrichtingsverkeer kenmerkt het beeldcontact met het verleden. Zo klampt Van zich aan de videobanden van een voormalig familieleven vast: iedereen kan voyeur zijn van zijn persoonlijke geschiedenis.

De alomtegenwoordigheid van de beeldcultuur suggereert een vervaging tussen de realiteit van

het origineel en de virtuele werkelijkheid van de afbeelding. De virtuele wereld van de afbeelding bekleedt reële functies tussen de personages. Zo toont *Speaking Parts* hoe Lance en Clara simultaan masturberen, in ruimte gescheiden, waarbij Clara zich voor Lance zichtbaar op een monitor bevindt. Geïllustreerde telefoonseks, die de voortzetting van hun seksuele relatie met andere middelen betekent. Er is geen sprake van vervanging van directe communicatie, maar van een uitbreiding van gemediatiseerde contacten. Videobeveiligingssystemen, *home movie, screentest*; in de realiteit dienen zich virtuele tussenstadias aan, ieder met een eigen werkelijkheidsgehalte en mogelijkheden tot ombuiging van tijd en plaats.

PERSOONLIJKE LEEFWERELD ALS COMPLIT

De consequenties van de beeldcultuur in de films laten zich het beste in kaart brengen rondom de personages. Het afwezige is zichtbaar en toespreekbaar, het voorbij is blijvend oproepbaar. Dit laatste, de kracht van in beeld vastgeklonken herinneringen, oefent een invloed uit op de houding tegenover het actuele. Herinneringen zijn één geworden met de afbeeldingen ervan, zodanig dat de nog niet geregistreerde werkelijkheid onzekerheid begint op te roepen. Pas met de afbeelding ervan komt de verwerking van de realiteit tot stand. De onderneming van Clara in *Speaking Parts* geldt als ritueel, waarin de realiteit slechts consumeerbaar is wanneer zij tot afbeelding is getransformeerd. Haar filmscript is een verwerking van de dood van haar broer, een strategie om haar emoties onschadelijk te maken. Het ongeregistreerde, bestaat het

eigenlijk wel? Met name Lisa lijkt de onzekere status van de niet afgebeelde werkelijkheid in te zien. Lance is belangrijk omdat hij, als figurant, niet als *speaking part*, op beeld is vastgelegd. Het is niet de inhoud van zijn rol, maar louter het *on screen* zijn dat telt, *there's nothing special about words*, stelt ze vast. Ook de vader in *Family Viewing* hanteert een dergelijke strategie. Pas wanneer de familie filmpjes vervangen zijn door zijn seksuele escapades, is de herinnering aan een vroeger gezinsleven door het heden ingehaald.

De plaats van de media in de wereld van *Family Viewing* en *Speaking Parts* gaat samen met een afbrokkeling van de typische privé-sfeer. Simultaneïteit van tijd en ruimte schept een elektronische openbaarheid; iedereen weet zich aangesloten op een netwerk. Het persoonlijke is hierin object geworden; kindertijd en huwelijk worden in bewegende beelden beklonken. Deze voortdurende aanwezigheid van media verbindt Egoyan aan een afwezigheid van het privé-terrein. Model hiervoor staat de hotelkamer, waarin zich een deel van *Family Viewing* en nageenough geheel *Speaking Parts* afspeelt. De schijn-privéwereld van het hotel houdt niet alleen een terugdringing in van de kamer-voor-jezelf tot een tijdelijk verblijf. Het meest kenmerkende van de hotelkamer is de manier waarop ze tot stand komt. Een plek betekent hier een bedrijfsmatig gecreëerde ruimte. De persoonlijke leefwereld berust op een complot, dat evenmin een menselijk produkt is als de beeldcultuur.

In de films van Egoyan is geen sprake van de expliciete media-horror van *Poltergeist* of *Shocker*. Media-angst wordt niet gevoed door ontsprekende technieken en de knechting aan beeldmanipulators. Integendeel, er komt een perfecte integratie van mens en media tot stand. Toch meldt de producent in *Speaking Parts* niet voor niets dat hij deel uitmaakt van het onderbewustzijn van



THE PRIVATE DOMAIN
FOUNDED
ON A CONSPIRACY

☞ compensates for his rejection by hiring films in which he acts as a walk-on. Lance is to play the lead in a film based around the death of scriptwriter Clara's brother. In vain Clara tries to protect her script against the interventions of a producer who constantly communicates through video networks.

In the civilized world of these films, visual culture is omnipresent. The image is all around us, the use of it in everyday life has become a matter of course. Indeed, since the audio-visual product in the living room, the television, has gained a firm foothold, its role has been democratized. Camera and videoplayers, no longer the exclusive domain of professionals, are now being used to record private life. Means of communication are being extended to include electronic display. Eye contact with the absent is possible; network and cable connection allow visual interaction at a distance. One-way traffic has become characteristic of visual contact with the past. Take Van, clinging to the videotapes of one-time family life: everyone can be the voyeur of his own personal history.

The omnipresence of visual culture suggests a fading of the boundaries between the reality of the original and the virtual truth of the representation. The virtual world of the image performs actual functions between the characters. Thus, *Speaking Parts* shows us how Lance and Clara masturbate simultaneously, separated in space, with Clara visible to Lance on a monitor. Telephone sex with images, implying the continuation of their sexual relationship through other means. There is no question of replacement of direct communication, but of an extension of mediatized contacts. Video safety systems, *home movie*, *screen test*; virtual intermediate stages presenting themselves to reality, each with their own truth value and possibilities of manipulating time and place.

The best way to outline the consequences of the films' visual culture is to centre them around the characters. The absent is visible and can be spoken to, the past can be called up perpetually. The latter - the power of memories riveted in images - affects their attitude towards the topical. Memories have become one with the images recorded, in such a way that the not yet registered reality begins to evoke a sense of insecurity. Not until it has been recorded does the digestion of reality begin. Clara's enterprise in *Speaking Parts* stands for a ritual, in which reality can only be consumed when it has been transformed into images. Her film script is her way of digesting her brother's death, a strategy to defuse her emotions. Does the unregistered in fact exist? Lisa in particular seems to appreciate the insecure status of unrecorded reality. Lance is important because, as a walk-on, if not as a speaking part, he has been registered on tape. It is not the content of his role, but purely the *being on screen* that counts. *There's nothing special about words*, observes Lisa. The father in *Family Viewing* applies a similar strategy. Not until the family shots are replaced by his sexual escapades is the memory of a one-time family life overtaken by the present.

The place of the media in the world of *Family Viewing* and *Speaking Parts* coincides with the erosion of the typical ambience of privateness. Simultaneity of time and space creates an electronic publicness; everyone is aware of being connected to a network. As a consequence, private life has become object; childhood and marriage are riveted into moving images. Egoyan links this constant media presence with absence of

private territory. This is symbolized by the hotel room, in which part of *Family Viewing* and nearly all of *Speaking Parts* take place.

The make-believe private world of the hotel implies more than the reduction of the room-to-yourself

to a temporary

place-to-stay. The

most characteristic

quality of the

hotel room is the

way it comes into

being. In this con-

text, a place has

the meaning of a

commercially created

space. The private

domain is founded on a

conspiracy, which is no more

a human product than visual

culture.

In Egoyan's films there is no question of the explicit media horror of *Poltergeist* or *Shocker*. They do not feed media fear by means of derailing technology and subjugation to image manipulators. On the contrary, they bring about a perfect integration of man and media. Yet there is good reason why the producer in *Speaking Parts* claims that he is part of Lance's subconscious because Lance has grown up with his tv shows. Egoyan's argument at that moment is that visual culture impairs our personality by replacing it with the collective memory of the mass media. However, this is by no means the predominant tenor of the films. What does happen in them is a return from a mediatized world to a

traditional one in which love and family reign.

The boy Van, in *Family*

Viewing, rescues his

grandmother from

the home and

eventually restores

the family relations

as he knows them

from the video

tapes: grandmother,

mother and son

reunite. In *Speaking Parts* Lance

and Lisa find each other, with

Clara going to pieces over the

filming of her memories. Their

touching is presented as a victory

of love over the videotapes.



Lance, omdat deze is opgegroeid met zijn televisieshows. De beeldcultuur, betoogt Egoyan op dat moment, verarmt onze persoonlijkheid door haar te vervangen door het collectieve geheugen van de massamedia. Dit is echter allesbehalve de dominante strekking van de films. Wat hierin wel plaatsvindt, is een terugkeer van een gemediatiseerde wereld naar een traditionele wereld waarin liefde en gezin de dienst uitmaken. De jongen Van, in *Family Viewing*, bevrijdt zijn grootmoeder uit het tehuis en herstelt uiteindelijk de familiebetrekkingen zoals hij die van de videobanden kent: grootmoeder, moeder en zoon herenigen zich. In *Speaking Parts* vinden Lance en Lisa elkaar, nadat Clara aan de verfilming van haar herinneringen ten gronde is gegaan. De aanraking tussen beiden wordt gebracht als een liefdevolle overwinning op de videobanden.

STERIEL EN FUNCTIONEEL

De wijze waarop Egoyan afglijdt in deze liefdesgeschiedenissen is subtiel. Het is de stijl van de film, die hierin een belangrijke functie vervult. De kenmerkende, hechte vorm legt de basis voor de geloofwaardigheid van de *love stories*, zoals in de mortuariumscène in *Speaking Parts*. Een koele, marmeren ruimte. Gedempt licht. Indringende, minimale muziek. De wanden zijn bedekt met gelijkmatige gedenkplaten, bedekt met gelijkmatige letters. Vanaf een marmeren bank kan de nabestaande kennis nemen van een video-opname van

de overledene, die in de gedenkplaat wordt afgespeeld. Steriel, functioneel en pijnloos doet de ruimte zich aan ons voor. In de stilerende komen de onpersoonlijkheid van de hotelkamer en de aanwezigheid van elektronische netwerken samen. Een onnoemelijk saai decor, waaruit Egoyan zijn personages wil laten ontsnappen door middel van relaties die zich niet in, maar buiten de gevestigde beeldenorde bevinden. In dit verlangen draait alles om authenticiteit, lijnrecht tegenover de verworvenheden van de beeldcultuur. De diepte van familiebanden, de onbetrouwbare spanning van een liefdesrelatie, vertelt Egoyan, zijn in een wereld van oppervlakten begerenswaardig. Achter beelden gaat immers niets schuil, zoals het extreem inzoomen op beeldschermen moet laten zien: hoe dichter we het beeld benaderen, hoe abstracter en onbetekender het wordt. Een nare bijwerking voor wie zo langzamerhand de werkelijkheid had gelijkgesteld aan de registratie ervan. Dat het geluk in *Family Viewing* en *Speaking Parts* zich ophoudt in ouderwetse waarden is misschien gemakkelijk, hooguit reactieair te noemen. Wat erger is, is dat Egoyan's films interessant beginnen, maar eindigen als confectieverhalen.

De beeldcultuur, zoals die in de films gestalte krijgt, is doelmatig en obsessief. Media zijn huishoudelijke apparaten geworden, de koelkasten van de herinneringen, de mixers van de zintuigen. Prothesen die de persoonlijkheid van hun gebruikers danig hebben toegetakeld. Een visie waarvan de gevolgen ons worden bespaard, omdat Egoyan liever liefdesgeschiedenissen vertelt. Beeldcultuur als alibi voor een *love story*.

STERILITY AND FUNCTIONALITY

The way Egoyan glides down into these love stories is subtle. It is the style of the film that performs an important function here. The characteristic, solid form lays the foundation for the credibility of the *love stories*, for example, in the funeral parlour scene in *Speaking Parts*. A cool, marble room. Subdued lighting. Penetrating, minimal music. The walls are covered with uniform commemorative plaques. From a marble bench, the next of kin can view a videotape of the deceased, played on a monitor in the commemorative plaque. The room gives us an impression of sterility, functionality and painlessness. The impersonality of the hotel room and the presence of electronic networks converge in the styling. An unmentionably dull setting, from which Egoyan wants to let his characters escape by means of relationships, situated not inside, but outside the established order of images. In this desire everything revolves around authenticity, diametrically opposed to the achievements of visual culture. The depth of family ties, the unreliable tension of a love affair, are desirable in a world of surfaces, Egoyan tells us. Indeed, there is nothing behind images. As his extreme zoom-ins on the monitor screens are to let us see: the nearer we come to the image, the more abstract and meaningless it becomes. An unpleasant side-effect for those who had begun to equate reality with its registration!

That in *Family Viewing* and *Speaking Parts* happiness is to be found in old-fashioned values can perhaps be called easy, and at most reactionary. What is worse is that Egoyan's films are interesting at the start, but end up like soap operas. The kind of visual culture portrayed in the films is purposeful and obsessive. The media have become household equipment, the refrigerators of the memories, the mixers of the senses; prostheses that have heavily disfigured the personality of their users. We are spared the consequences of this vision, because Egoyan prefers to tell love stories, using visual culture as an alibi. translation OLIVIER-WYLLIE

LEX WOUTERLOOT



PAGE 245

Mediamatic

VOL 5 # 4

Le Monde Diplomatique

Publication mensuelle, 5 rue Antoine-Bourdelle, 75501 Paris Cedex 15, French text, pp. 32, FF 17

Who wants yesterday's papers? was a rhetorical question posed by the Rolling Stones. Old news has no appeal to the public; old newspapers constitute an environmental issue. Printed matter once read is thrown away. But the conventional wisdom referred to by Mick Jagger doesn't apply to the readers of the French daily *Le Monde* - it lags behind by a day in its reporting. The slowness of its editors is a guarantee of quality and the dull layout of its pages (without photographs) an expression of its seriousness.

In its graphic design, the monthly *Le Monde Diplomatique* seems to take a more contemporary approach. Its pages are enlivened by photographs and color illustrations, but there are limits to lightness. Readers are expected to save old issues of the periodical in a cardboard box, because the well-wrought, elaborate articles contain not only footnotes, but also references to earlier issues. Not long ago, the quality of the paper which it's printed on was improved to limit the amount of damage acidification can do to this bearer of information.

The amount of attention paid to the media in this seemingly rigid old monthly about foreign politics may seem surprising. Its

name seems to date from a time when foreign diplomacy was a discrete art practiced in silence by noble envoys. CNN's spectacle diplomacy with regard to the crisis in Kuwait has definitively involved the world public in the exchange of political moves. The foreign world has landed in the media, and media are an object of world politics. The contents of *Le Monde Diplomatique* bear witness to how much ground world politics and the media have in common.

A geo-political classification provides a good impression of the sort of articles one can expect to find. It goes without saying that much attention is paid to the absolute superpower of the United States. When the Reagan era drew to a close, the shift in the kind of programs offered on American television was examined. *The competition is forcing us to make crazier and crazier programs.* For half a year, an attempt was made to fathom the mystery of the American electronic media. An article entitled *A Constant Insult to Thought* was printed next to a sympathetic description of c-span, the channel which shows democracy in action.

European integration is one of *Le Monde Diplomatique's* prominent themes, including the effect of the formation of one large, single European market. In the February issue, one could read an examination of the influence of government subsidies on the formation of press-concentrations. The Soviet Union, with its state monopoly on public opinion, didn't seem as good a subject for intensive analysis. Perestroika has caused a genuine media revolution, and in October, the development of a multi-faceted, pluralistic press received the attention it merited, under the title: *Long Live Capitalism, Down with the Revolution!* And neither is the third world lost from sight. Last year, a great deal was written about recent developments in the Indonesian film industry and a television station in Australia which focuses on the renaissance of Aboriginal culture in the media age.

At first glance, this monthly magazine with the format of a newspaper seems to contain conventional, journalistic pieces. A closer look reveals some very exceptional articles among them. This qualification certainly applies to the analysis of the image of the cold war in comic strips, or the fear of a population explosion as expressed in novels from the time of the *yellow peril* up to contemporary science fiction. The analysis of the mythical mass grave in Timisoara which was created in the media during the December revolution forms a part of this series, as well.

Le Monde Diplomatique's goal in disentangling cases of collective media hysteria such as this 'scoop of the century' isn't only a journalistic or social-scientific one. The perspective from which the articles are written is a political one. In a world typified by 'triumphant capitalism', it attempts once again to pose social and economic questions as political problems. Reevaluation of politics and the creation of an arena with room for democratic decision making is the policy underlying this attempt. This nearly 'dated' focus on politics gives the magazine a sharp, polemical power in the midst of post-modern, intellectual decadence.

Their lack of swiftness, the dullness of their graphic design and a defiant sobriety price *Le Monde* and *Le Monde Diplomatique* out of the world market. France is a world power which has been waning for practically a century. Whatever else it may have done, this strategic marginalisation has given a special impulse to intellectual life, the reverberations of which can be found in *Le Monde Diplomatique*, a bastion of writer-journalists. Whether it turns its attention to the commercialisation of copyrights, necrophiliac television or the lack of an educational dimension in the French media, this magazine deserves more attention than it is getting. The recent appearance of Spanish and Arabic editions is welcome, indeed.

translation JIM BOEKBINDER

VERVOLG PAUL GROOT VAN PAGINA 234

de weerspiegeling van zijn werk in ons eigen onderbewuste dat in onze ogen verborgen ligt. Niet het Freudiaanse onderbewuste, ook geen litterair of filosofisch onderbewuste, maar een van visuele aard.

Wij zoeken een benadering te geven van hoe die blinde vlek zijn weerspiegeling in onze hersenen doorgeeft. Als een soort spookoog (zoals men na de amputatie van een been toch met een conceptueel been in de hersenen blijft zitten), een oog dat wij vervolgens, bij benadering op foto- en op filmmateriaal trachten vast te leggen. Herinneringen die door onze hersenen zijn 'gespoeld', en af en toe opduiken. De tijd heeft z'n werk gedaan. Wat wij ons herinneren blijkt uiteindelijk niet veel meer te zijn dan wat aangetast filmmateriaal, waarvan wij het beeld met andere zintuiglijke ervaringen aanvullen. Ons geheugen als een bijna tot stof vergane filmstrook. Dit falende geheugen versplintert en verdriift het oorspronkelijke beeld, maar onze zintuigen bouwen tegelijk aan een nieuwe verbeelding ervan.

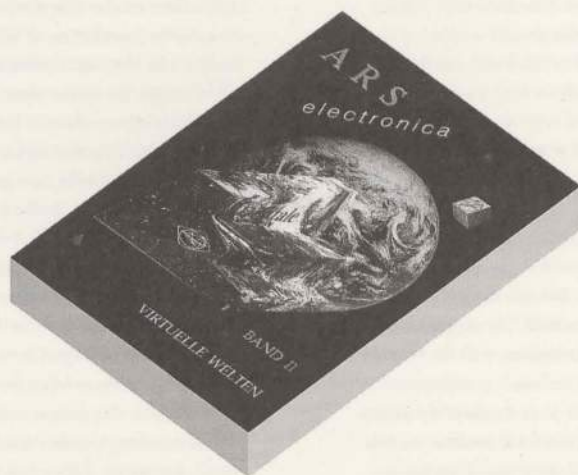
Tegenover de echte Sainte-Victoire zoeken wij, in Egypte, naar haar spookbeeld. De grillige vormen en kleuren van een natuurproduct tegenover de rechtlijnigheid van een rationele schepping. Toch geen rechtstreekse dialoog tussen natuurlijke vormen en menselijke berekening. De pyramides zouden achter sluiers en wolken schuil moeten gaan, met als resultaat een uiterst minimale vorm: de ervaring van een bijna blinde. Maar de smerige ruiten, de sigarettenwalm, onze dampende kleren en de niet echt scherp gestelde camera's waren kritischer dan wij zelf. Een resultaat als een bijna magische ingreep: overbelichte foto's, daar leek het nog het meest op.

Wat uiteindelijk rest is wat ik het resultaat van een *actio in distans* zou willen noemen: het randgebeuren van de bijna ongeloofwaardige sessie in de smoorhete auto. Beelden van een tot leven komende toeristenindustrie, de laatste beelden van de zich terugtrekkende pyramides, Cézanne die ons beleeft vraagt of de raampjes nu weer open kunnen: zijn raampje althans.

Handke's Sainte-Victoire is een berg temidden van de bossen, is dus een weerspiegeling van de Salzburg en omgeving. Eenmaal heb ik me, vanaf de hoogste punt op deze berg, door een gids het huis van Handke laten wijzen. *Daarbeneden; maar hij is er nu niet, hij zit al een tijdje in Parijs.* Maar hoezo, hij is daarbeneden toch altijd aanwezig, ook als hij in Parijs zit of de Sainte-Victoire beklimt? Hij is dáár thuis; hij ziet een berg die Cézanne zo nooit gezien heeft, nooit gezien kan hebben.

Mijn Sainte-Victoire, hoewel in Egypte, bleek achteraf niet veel anders dan een door de tijd aangetaste Friese stolpboerderij. Zo'n uit het vlakke landschap opduikend zwart silhouet van een op een voetstuk geplaatste pyramide.

Mijn blinde vlek als een hooizolder boven het woonhuis.



Catalogue Ars Electronica, Volume 2, Virtuele Welten

PETER WEIBEL (ed) Veritas Verlag (pub) Linz 1990 ISBN385-329-855-9, German & English text, 364 pp.

Earlier this year, 1990, the *Festival für Kunst, Technologie und Gesellschaft* (Festival for Art, Technology and Society) was held in Linz, Austria, under the title *Ars Electronica*. The exhibitions, concerts, lectures and performances were reflected in three impressive books, published by Veritas Verlag in Linz.

Electronics is a tool, in about the same way as is the combustion engine or the photographic process, hence the fact that *Ars Electronica* is a hotchpotch of contributions, or perhaps we should rather say that it presents us with an overview of the different ways in which people in music, visual art, the theatre, in television and in science, wrestle with the possibilities and peculiarities of new electronic techniques.

That the electronic medium stirs the imagination will be clear; indeed, it offers us the possibility of imitating capacities that seemed to be the exclusive domain of the human mind. Electronic machines owe this capacity to their calculating skills. People can also calculate, but rather more slowly and there is a great risk of inaccuracies and unnoticed errors occurring. Electronic machines can calculate faster and more accurately than people and the use of electronics in the arts is determined by the

extent to which the material used by musicians, theatre makers, writers and other artists can be translated into figures and arithmetical relations.

In as far as it concerns materials, this works rather nicely these days. Not only sounds, but also colours, words and even three-dimensional forms and movements can, with a little effort, be digitalised, and therefore imitated. It becomes more difficult when it comes to the other things that are part of artistic activities. Artists will then find themselves faced with paradoxical problems, especially when they harbour some kind of superstition over the intrinsic 'novelty' of what electronics can do.

The result is that much of what is written in the *Ars Electronica* books is about electronics, leaving little to see and read in them about what has been made with electronics. Not only the essays exploring artificial intelligence, the effects of the application of the electronically simulated environment (virtual reality) or the interactive art works, but also many of the art projects reviewed, deal with electronics itself. The suggestion is of immediateness and worldwide fraternisation, with the Utopian concept of cosmic harmony of spheres based on arithmetical relations, finally becoming accessible to us thanks to electronics.

This nebulous treatment of the electronic machine can best be compared with the paintings and engravings known to us from the World Fairs of the Nineteenth Century, in which Greek gods bestow the steam engine and the railway train upon the delighted citizens who are inebriated with and grateful for so much Progress and Civilisation. Many contributions to the *Ars Electronica* books dry up in this kind of artistically aroused exultation in the future. A considerable number of contributors has, ever since the second half of the Sixties, been pursuing the ideals of free imagination in its absolute form, of the immediate communication of all people through all senses, and of the artistic emancipation of the machine. And even if they are younger, their ideas still seem to pay tribute to the vocabulary of that period, freshened up with modern technical phrases.

What *Ars Electronica* certainly demonstrates is that the era of the electronics revolution was also made possible by the cultural accelerations occurring between 1965 and 1975. Not only the electronics industry, but also science and military technological research, have each in turn eagerly fed on the imagination and mentality of the generation that wanted to democratise knowledge, to popularise art, to eroticise communication, to abstract religion into 'spirituality' and to 'tame' civilisation to stop it from further overusing Mother Earth.

Apart from articles that fantasise deliriously about the future, there are also the purely informative contributions, reporting on the state-of-the-art of technology itself. These prove how remote we still are from the world that virtual reality and cyberspace prophets dream of. The only examples of these new inventions that strike us as reasonable are all still at the testing stage. It is touching to see how the most prominent scientists, supported by the richest universities and the richest industries, after years of hard work, can only produce very simple examples of electronically simulated environments. Looking at the photos of the apparatus, the pictures of the 'virtual worlds' which one can enter with the help of all those crash helmets, wires and lenses attached to one's head and body, one cannot help smiling.

These photos immediately remind us of those late-Nineteenth Century pictures of electric hair-cutting machines, of diesel-driven, automatic sock-ironing devices, etc. Fifty years from now we will be splitting our sides laughing at them.

It will be a while before the results are as good as the idea of virtual reality. For the time being, the results present themselves to us like enlarged and intensified forms of things we already know, such as the telephone, videogames, fun-fairs and Disneyland, television and data banks.

Apart from *Ars Electronica's* swooning and informative essays, there are also critical ones in Perhaps unintentionally critical is the contribution of Willem de Ridder, whose only condition for electronics is that it be the bearer of the ultimate virtual reality: the spoken story. For those who are willing to put up with his extreme theories (every human being projects the world from his eyes onto nothingness), it is funny indeed to see his stubborn plea for the most primitive of media, the story, placed among all those articles full of hi-tech jargon.

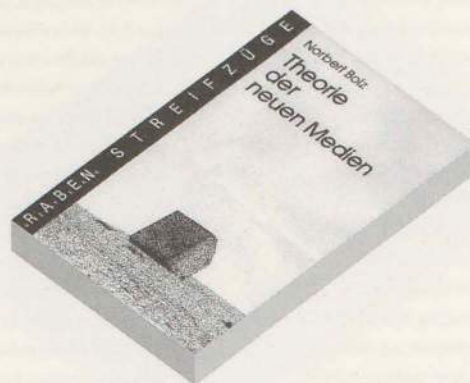
There is also a classically humanist, critical essay on the propaganda for the spread of virtual reality by Doro Franck, who argues that virtual reality will never become more than a form of electronic escapism, directed at 'true-to-life' imitation of spectacular and sensational experiences. Because why should we imitate 'ordinary' experiences when they are there for the asking, without electronics. Day dreams, fantasies, memories, art, all these matters have long become virtual realities, but they are and will remain derivations of the actual consciousness of our actual situation, our real life. Matters are serious there. In her eyes, the virtual is parasitic to reality and the suggestion that, thanks to virtual reality, we could experience more than actual reality, is a lie.

Bruce Sterling draws our attention to the fact that, should a kind of cyberspace ever come into being, we would see the same struggle for power break out there as in our familiar reality, and that, socially, cyberspace will always be subject to the same mechanisms.

The Dutch *Foundation for the advancement of illegal knowledge* sees everything that the prophets of cyberspace put forward as just a new branch on the tree of mass media. The mass media have long become a kind of cyberspace, the authors state, and the media cyber-reality is ousting ordinary reality. The authors claim that there is growing, instinctive resistance to the omnipresence and increasing centralisation inherent to the media industry. They point their finger at anti-media incidents such as the chanting of the slogan *tv go away*, when Mandela had been made invisible to the crowds welcoming him by an army of radio and tv journalists. They regard cyberspace simply as yet another medium, and at best they appreciate the blunt naivety with which its advocates abandon themselves to the urge to replace reality completely. But in that urge they see only a short-lived desire. Reality remains unconcerned, and the question is, will the anti-media lobby not lose its patience much sooner?

It seems that *Ars Electronica* offers a rather complete overview of what, in the scope of culture, is being pioneered with electronic machines. But many of the pioneers are blinded by modern superstition and a simplistic comic-book imagination. The titbits are the essays raising the problem of the influence of electronics without the authors closing their eyes to its possibilities. Really solid food for thought is offered in the form of a philosophically inclined introduction by the editor of the compilation, Peter Weibel, who foretells the end of the digital era, in which man pursued and exploited the dream of exact quantification. The future belongs to the quantum computer, and although the author of this review cannot yet envisage anything of the kind, it is such a grand and overwhelming gesture that, in his humble opinion, this opening article ironises everything that follows.

translation OLIVIER-WYLLIE



Theorie der neuen Medien NORBERT BOLZ

Raben Verlag (pub) Munich 1990 ISBN 3-922696-67-8, German text, pp.167, DM 24

In a time in which instructions for use have taken the place of book learning, a situation in which scribes express their disturbance at the question: *What is media?* might seem paradoxical. Computer and communication science are so overloaded with the design of systems and the measurement of their effect, that one need not look to their corner for a *General Media Theory* any time soon. In Germany, the birthplace of theory, it's the germanophiles and the philosophers who are attempting to express the present-day technical reality. Considering the sciences' classical division of labour, it is to them that it falls to examine the question of existence and of the assignment of purpose to human life. But the postwar generation has abandoned this noble task. Having grown up with pop music and television, seated at their PCs, a considerable number of German researchers have devoted themselves to hollowing out and undermining the goals of their discipline and have dared to make the crossing to technology.

One of them is Norbert Bolz, a philosophy professor at the Freie Universität Berlin, who is known for his classes on Benjamin. Under the ambitious title *Theory of the New Media*, he has combined several of his lectures and essays into a triptych which takes as its subject the departure from the culture of the book and acquaintance with telematica. The book does not have the character of an introduction, nor

does it lean towards systematizing. It is probably too early for that. Bolz, in his own words, sketches several *formative events from recent media history*. He does not wish to practice the dialectics of Human Beings and Technology; he wishes to describe the *technical implementation of the senses and the central nervous system*. His work seeks affiliation with the research being done by the Kassel school, led by Friedrich Kittler (see *Mediamatic*, vol. 3#4). While they strip literature of all hermeneutic interpretations, Bolz is busy dusting philosophy off so that the ties which do indeed exist between it and technology become visible, audible and tangible. Within its limited framework, this book was not intended to be an original work (even though the publisher does suggest that it is 'primary literature'). Bolz goes no further than indirect polemics with established ideas and leaves ample room for one to make one's own connections. In part one, he draws a picture of Wagner as a master of static, in part two, of Benjamin as a media-reader and he concludes with the *happy media science* of Marshall McLuhan. But Bolz's media theories are difficult to follow without prior knowledge of academic interpretations, and his style almost fails to perceptibly depart from them. Yet, he succeeds in wrestling himself free of the usual formula by sticking persistently to his purpose, not attempting to supply the technology of the media with a new meaning and accepting the vacuum which the media create with dionysiac approval.

In the first, and largest chapter, Nietzsche and Wagner offer a program for the *physiological a priori of thought*. For Nietzsche, these are to be found in the labyrinth of the ear. When background static emancipates itself and becomes deafening, the question arises: What is 'correct listening'? With the transformation of the art of listening, which, according to Bolz, is accomplished in Nietzsche's work, the trained ear of the *Bildungsbürger*, which is aimed at perceiving meaning and must listen to what others have to say, is traded in for the capacity to *hear the beloved voice of the other*. The primacy of the optical, which dominates intellectual life through reading and writing, is robbed of its power in Wagner's works, because the music affects the body directly. In the static which Wagner creates, intoxication and dream are communicated to the senses in a technical fashion. According to Bolz, the static, which defies symbolic musical notation, indicates the impending implosion of the Gutenberg Galaxy, which, along with the uniform measure of Books, had supplied life with a readable content up to then. In the space established by the *Gesamtkunstwerk*, listening becomes a tactile affair. Indeed, it's a nerve-racking business reminiscent of drug consumption and which aesthetic qualifications have difficulty encompassing. The enlightened citizen slumps, loses the normal distance he keeps from art and enters his own head. Bolz sees the sound of mythos of the media-artist Wagner, once called the father of film music, as the forerunner of pop music. In some of his other writings, he has already analyzed the correspondences between Wagner's theatre spectacles and Pink floyd's shows. Bolz takes their creed *Your Inside is Out and Your Outside is In* as a program for his analysis (not long ago, the psychedelic Grateful Dead announced plans for their own Festspielhaus). Physiological music played on digital hi-fi stereo *can't think along with the ear any more*. The atmosphere created by the right mix knows no distinction between intention and effect. It conjures up a world of its own, which modern thinking on the *entzauberte Welt* had excluded for good. *The world is everything staged by our senses in their medial extensions. Its oldest name is Gesamtkunstwerk*, Bolz concludes. He pointedly manoeuvres between Nietzsche's early admiration and later abhorrence for Wagner, Adorno's designation of *phantasmagoria* and the usual accusation that Wagner glorifies German mythology. This is possible because Bolz avoids portraying Wagner as an avant-garde artist. As the techniques of sense massage are lifted from their artistic context, Wagner can graduate to the status of grandfather of our media. Thus, Bayreuth is no modern temple of

media art either, it is connected to nineteenth century technology. It is a space station which had to wait, just as Nietzsche's texts had to wait for their readers, until after a catastrophic launch attempt before it could soar free of German soil. Once stationed in medial space, it could be brought into the same orbit as John Cage and Pink floyd from ground control Bolz. The satellite connections have been laid, and these transmissions of extra-terrestrial signals to the earth's brains can finally be designated as such.

For Bolz, Walter Benjamin is an interface between the Gutenberg inheritance and the rising media. The links established by Benjamin in his *threshold science* have a double aspect: on the one hand, he looks backward, considering nineteenth century Paris as the *natural history of capitalism*. In the grip of an allegorical gaze, he reads the city as though it were a script. With his technique of metaphorical photography, he records the ware-hieroglyphs which he encounters as he drifts through streets and archives in the metropolis. But the aura surrounding the images which he picks up has disappeared: all sorts of indications remain, which are then described. In principle, Benjamin reduces all media to script. However, he does afford a glance into the future by not reducing the new medium 'film' to an art form, but, rather, interpreting it as a medium. With the aesthetic test-programs which he writes, Benjamin creeps into the perceptory apparatus of his day. Bolz uses the medical term *immersion* to describe this. In this way, the distance necessary to form an aesthetic opinion disappears. These spasmodic sequences of images call a *second nature* into being, one in which the organic and mechanical are interwoven. Bolz defends Benjamin against the ideological criticism of a later date, which severed anew the bonds connecting technology and the senses with the concept *culture industry*. Bolz sees Adorno's spleen about the fate of modern art (to disappear completely beneath the ever-increasing flood of pulp) as a kind of melancholy, and opposes it to Benjamin's mourning of the disappearance of the nineteenth century's symbolic order, which took the aura with it. As a mosaic of quotes and hypotheses Benjamin's *Passagewerk* thus becomes both evidence of the ultimate *readability of the world* and a herald of the way in which a Mac full of stacks can cut and paste the media world together.

Having entered the realm of the media, the theory cuts off its roots in the Heimat. For decades, war and fascism kept the links established by Benjamin and others from being noticed. We turn now to McLuhan, who discourses on the extensions of the nervous system and the internalisation of technology in his *Understanding Media*. Bolz succeeds in including this Canadian in his ultimately very Teutonic train of thought without a hitch, continuing it right up to the *isdn* network. That which had to be interpreted by Benjamin and Nietzsche is an explicit theme for McLuhan. That is why there is much to be said for a reading of Bolz's *Theorie der Neuen Medien* from back to front. Using the emptiness of the media as a priori, and aided by McLuhan, one can get beyond the gigantic impotence which has so characterised thinking about the media since the Second World War. While Bolz does indicate the innovative role of the war in the acceleration and revolution which took place in human perception, a deep rift remains separating the Twenties and the Sixties of the twentieth century. With the advent of McLuhan, the media's power was established and the Gutenberg galaxy left behind for good. The birth and workings of the media are clearly indicated by Bolz, but the establishment of its omnipresence remains a mystery. The *narcotic veil hung over the world of the new media* hampers the scribes' comprehension in this crucial period. It must also be said that the historical research being done in Kassel has not yet reached the post-war atomic-rv age. Only writings for which technical prostheses are a priori, and not a subject, can afford the timeless ambience required to tackle this period.

translation JIM BOEBINDER



PAGE 251

Mediamatic

VOL 5 # 4

Mondo 2000 #2 Summer 1990

Fun City Megamedia (pub) Berkeley 1990 English text, pp.160, \$ 5.95

The first thing which strikes one upon leafing through this hyper-hip magazine about virtual reality and high tech culture are the advertisements for 'mind-expanding' products: FracTools, Super Blue-Green (psychic energizer), psychedelic television, psycho-active Brainstorm Kit, Oxy High, Synchro Energizer (Deep Relaxation, Hyperlearning, Brain Balancing). It would appear to be some kind of god-forgotten psychedelic paradise for the brain.

A straight line runs from the liberation of the mind by means of drugs to the liberation of the mind by means of the most ultra-modern technology. But the biggest drawback to this sort of ecstasy is the neglect of the body; while the mind inhabits higher realms, basking in the psychotropic effect of mushrooms or electronics, the body is left behind in a somewhat desolate state and remains a prisoner of the earthly, deadly-dull atmosphere of reality.

Of course, we know of the sexual revolution of the Sixties, the physical and aggressive explosions of the Seventies (new wave, punk), the retro-revolutions and aesthetic-regressive trends of the Eighties (new age, acid house, vogue, speed metal, garage rock), and yet these attempts to sever the body from its moorings and to launch it in the same way as the mind have never really

satisfied. But with the introduction and coming exploitation of virtual reality in the Nineties, both mind and body can get high in *cyberspace*, in the hallucinatory matrix-space of the computer networks.

The summer 1990 issue of *Mondo 2000*, bearing the slogan *The Rush is On: Colonizing Cyberspace*, contains a couple of astonishing articles about the future and possibilities of virtual reality, the high point of which is John Barlow's interview with Jaron Lanier. Lanier is one of the founders of the computer company VPL, which at this moment is working on a *DataSuit*, a Cyber costume with which, as opposed to the already known glove-and-monitor-glasses set, allows the entire body to experience virtual reality. In that way, the body literally becomes one giant sensorium (metaphorically, as regards the stimuli coming from the world of the media, the body already was one giant sensorium). The question which automatically occurs, and which Barlow also poses, is how in heaven's name can one still speak of a 'body' at all. Lanier's answer: *Oh, it's a body, it's just not a particular body. It's a thought body. The thing is, the way your body is in Virtual Reality doesn't correspond to the extent of your physical body. We just create some transfer function between what your physical body is doing and your virtual body.*

As soon as the body has been converted into a virtual body, it can take on any form: a dolphin, a star constellation, Napoleon or Cary Grant. Because of the body's renewed ability to undergo metamorphoses, identity finally finds itself in real danger. This measly and deadly identity concept is untenable from now on, because we have a reservoir of images at our disposal in its entirety. Thanks to high technology, we are once again capable of enjoying our original primitivity, that is, the concrete and magic power to become something else. The idea alone that handling images will come down to witchcraft and shall have nothing to do with information or communication is exciting. And even the relationship with the world will then no longer be abstract and functional, but, rather, concrete and magical. Lanier: *In Virtual Reality the whole world is your body - equally - and everybody shares the same body. (...) You know how Alan Watts once formulated the universe as a creature that looks at itself in a million ways and each of the ways was a person? Virtual Reality is a reality just like that.*

But, along with this practically Borgesian image of an eternal, kaleidoscopic world body, Lanier also holds up before us the image of Virtual Reality as the ultimate neutraliser of evil: *It denatures the bad, because the good is inherently natured when it's sucked up into Virtual Reality.* Here's where the story goes completely awry. When Lanier's intentions, and, generally, those of *Mondo 2000*, become clear, the magic powers of virtual reality turn out to have been infected with the conception of the Good. In this hyper-hip magazine, the ideals of the Sixties seem to be thriving luxuriantly: the end of the media and the ignominious interface, the end of bad technology, the end of power and of all hierarchy, the return of individual freedom, experience and communication.

In and of itself, of course, the Good can do no harm. It only becomes irritating when it gets the upper hand as a principle, or when it is preached in a hysterical fashion, as does cyber-priest Timothy Leary. Striving for total goodness always implies total purging, and history has already demonstrated what the consequences of that can be.

Whether we're cybernauts, hackers or hippies, our salvation is that there will never be a 'good' computer technology or a 'good' virtual reality, any more than such a thing as a 'good' drug will ever exist.

translation JIM BOEKBINDER

PAGINA 252

Mediamatic

VOL 5 # 4

MEDIUM

②

Young Artists' Second international
Contemporary Art Exhibition

MAY 1991 - Sfintu Gheorghe, Romania

The 20th century is drawing to its end. The represented image first disappeared, then emerged from the depths richer in human desire. Can this great experiment be continued, or will the end of the century mean the patient resignation of the adventure? The answer to this question could be given by an aesthetic sample drawn - not accidentally - from here, an East Central European region striving for a new, more human face.

Our age gave us a signal: the stone should be thrown into the water here, by US.

for information and submission of works:

FILIALA U.A.F. COVASNA

PTA. LIBERTATII 16

P O BOX 142

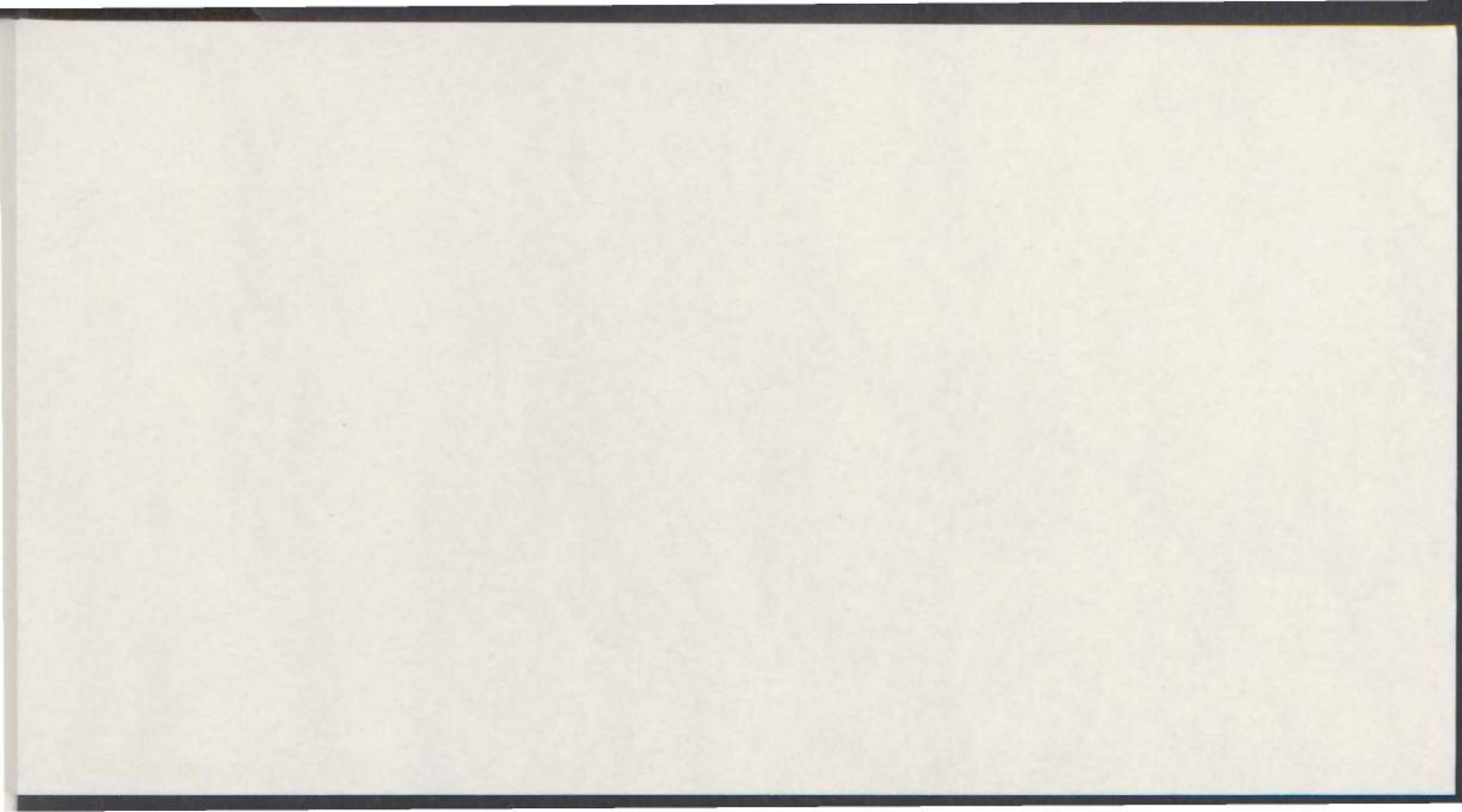
4000 SFINTU GHEORGHE

COVASNA ROMANIA

deadlines:

application 20 February 1991

arrival of works 20 March 1991



Abonneert U!

(B E N E L U X)

Een abonnement is goedkoper en makkelijker dan losse nummers. Benelux: Per jaar betaalt U f 50,- (1 jaar * 4 x). Bedrijven en instellingen betalen f 65,-. Ter introductie kunt U kiezen uit 2 aanbiedingen: ❶ nummer gratis, òf ❷: de afgelopen jaargang tegen de speciale prijs van f 35,-.

Voor cadeau-abonnementen geldt hetzelfde.

✚: Vul in dat geval naam en adres van de ontvanger in op de andere kant van de kaart.

STUUR DE KAARTJE NAAR: NICHING MEDIARATIC, POSTBUS 7750,

AMSTERDAM. STUUR NOG GEEN GELD, U KRIJGT EEN ACCOORD.

instelling/bedrijf

naam

adres

telefoon/fax

begin abonnement met nummer:

- ik neem aanbieding ❶ en betaal f 38,50 (bedrijven/instellingen f 55,50)
- ik neem aanbieding ❷ en betaal f 85,- (bedrijven/instellingen f 100,-)

bij aanbieding 2: geef ANB aan welke vier nummers U wilt ontvangen:

handtekening



Von der Bürokratie zur Telekratie Rumänien im Fernsehen Ein Symposium aus Budapest KEIKO SEI (ed)

Merwe Verlag/Peter Weibel(pub) Berlin 1990 ISBN 3-88396-007-2, German text, pp. 168 DM 16

The end of 1989 produced some spectacular tv images. After the fall of the Berlin wall, which got the highest score in the us as *the* representative image of the downfall of the Evil Empire, one of the last real dictators disappeared in Romania. A couple of days before Christmas, the severely underfed and oppressed populace finally rebelled against the Great Leader Ceausescu.

The remarkable thing about the events in Romania was the big role which tv played in the revolution. The beginning of the end came about when Ceausescu, just back from an official visit to Iran, wanted to give a speech from the balcony of the presidential palace to a crowd which had been specially drummed up for the occasion. In order to quell the emotions provoked by the demonstrations in the city of Timisoara against the banishment of a Hungarian priest, Ceausescu's performance was broadcast live. A few moments after the program began, one could clearly hear Ceausescu being drowned-out by cries of protest, his voice falters, he looks in the direction of the sound and raises his arm just one, last time in a rhetorical gesture, grinning in puzzlement. Then the picture vanishes, the screen goes black. Ceausescu's final hour has rung, before the eyes of tv-watching Romania.

The new successors to power race to the studios to announce the formation of the National Salvation Front, followed by non-stop 24 hour long broadcasts which break every rule in Western television's book. Never before had the modern media had such an enormous influence in the internal affairs of a country, much less a country behind the Iron Curtain. This gave rise to a congress in Budapest on April 6th and 7th, 1990, a report of which has been published under the title *Von der Bürokratie zur Telekratie, Rumänien im Fernsehen*. Artists and media specialists from the entire Western world, as well as from Hungary and Romania, were invited under the motto *The media are with us* (analogous to the popular cry of *Armatae e cu noi: The army is with us*) to participate in an aesthetic and philosophical discussion about the Romanian broadcasts. Out of fear that the Romanian and Hungarian participants would come to blows, as had happened in the Romanian city of Tirgu Mures, political aspects were emphatically avoided, for example, the question of the degree to which the revolution had been manipulated. A couple of weeks earlier, journalists and press agencies met in Paris to examine what had become of the rumours of 60.000 dead, opened mass graves and underground tunnels of the Securitate, which had been of crucial significance for the revolution; this, too, was avoided in Budapest.

What remained was to continue philosophising about the enthusiasm of December. The Finnish representatives reported that the tradition of a media-free period of quiet at Christmas time had been broken with for the first time since WWII in style, with the announcement: *The anti-christ is dead. The mythology of the Christmas message has been preserved right up until today. This ritual, repeated each year, is reflected in television programming. In this special case, the suspicion was created that in the stream of reports about the Romanian revolution, a third Christmas family had been added to the traditional structure of the two already existing ones: the family at home and the holy family in the stable; allowing the Christmas drama to realistically evoke the Forces of Evil, represented by the Ceausescu family. Bezug erhielt. The fairy tale was presented complete with a happy ending: Romania is a country with enormous natural resources and good prospects for the development of the tourist industry.*

According to Margaret Morse, the wall took the Americans' mirror with it when it fell, the mirror in which they'd perceived 'the Other' or 'Evil', and without which they're in danger of losing the basis of their identity. The bad press which the Romanian revolution received in the USA caused a deep scepticism about the reality of the events and increased the distrust of the motives underlying them: thus, the Empire of Evil hadn't disappeared completely.

Besides the rather psychoanalytically inspired articles, the tone of the book was set by attempts to explain the goose-bumps caused by the heavily symbolic images: *When I saw the image freeze and stumble under the pressure of the crowd's hostile shouting, Ceausescu struck dumb, and stiff, I shouted: He's dead, as though he was already dead,*

that kind of tyrant can't survive a blow like that. Killing the image meant bringing the mechanism of his power to a halt, there could be no doubt! cheered Jean-Paul Fargier.

The Romanian revolution began with a *non-image*, writes Geert Lovink & Morgan Russel, when the crowd shouted down the dictator's show and the broadcast was cut off. They weren't aware, at that moment, that they were producing hot material. *The events in Eastern Europe were faster and more refined than those in the society of the Echtzeit-medien. The Western viewers were shown that it was possible to make history in the trusted environment of one's own city.*

But criticism is voiced as well. *By presenting Ceausescu as a monster, those who toppled him were freed from having to answer the question of what they actually thought of communism*, proposes Fargier. The improvised trial with the Ceausescus seated at kitchen tables and their hasty execution were televised as well, and not only to show that they were really dead. The book contains an analysis of the effect of this: *first, Ceausescu was still a monster, he was transformed from an ex-monster into a non-monster and ended up, finally, as a victim. Serge Daney congratulates the corpses of the Ceausescus for their many, successful media appearances. If one can blame tv for giving the Ceausescus such negative coverage when they were still in power, then one can only congratulate the tv about the way in which it gave their corpses the chance to make a debut on the world emotion market.*

Only after the congress was over did awareness begin to grow outside of Romania that something wasn't quite right about the so-called metamorphosis of the regime. Only the editor of the book had the chance to make use of more recent sources and unmask the television revolution, ultimately, as a *Tele-putsch*. *Seldom has a new regime made such shameless (unverfroren) use of the mass media to achieve its military and political goals. Totalitarian videocracy in the name of freedom. The so called Romanian tele-revolution was the first example of a war without bodies, significant for the pure war (Virilio) of a telematic civilisation. That's why fake corpses were needed, in order to pretend that it was a real war, a real revolution, like those which we know of from history and are used to. According to Weibel, this was how a new, more youthful perestroika elite came to power.*

The final word has yet to be spoken about this manipulation. Romania has disappeared from our tv screens, the shivers along one's spine are nothing more than a pleasant memory. At the very moment when tv's role seemed to have been played out, at an end - despite its bounty which had become the equivalent of boredom, fleetingness multiplied by the power of the remote control - it made a forceful comeback with the dictator's death, serving up emotions in untrimmed hunks.

On the other hand, Drama on the tv screen is characterized by a distance, which reduces the information given to a usable format (verfügbare Gegenstand), so that it no longer functions as a tool for memory. The Romanian revolution show is over, no one talks about it any more.

translation JIM BOEKBINDER



PAGE 255

Mediamatic

VOL 5 # 4

Television/Revolution, Das Ultimatum des Bildes HUBERTUS VON AMELUNXEN, ANDREI UJICA (ed)

Jonas Verlag (pub) Marburg 1990 ISBN 3-89445-100-9, German text, pp 156, DM 38

The revolution shall be televised. The revolution shall put you in front of the television set. Even eyewitness number one of the velvet revolution, Timothy Garton Ash, judges, in the middle of the bustling street: *The importance of television can hardly be overstated.* In his opinion, the paper document failed totally in the 1989 revolution. *In these events much of great importance was not written down at all, either because it occurred in hasty conversations with no note-takers present, or because the business was conducted on the telephone, or because the words or pictures came by television.* It is true of all remote regions of Eastern Europe that they watched their own resurrection pass by before their eyes on TV. This fate will also befall historiography: *Future historians of these events will surely have to spend as much time in television archives as in libraries.*

The title that media and literature experts from Mannheim University chose for their book on the events in Rumania demonstrates very well that TV and revolution have become virtually indistinguishable quantities. In no time at all, the case of Rumania has become the touchstone of contemporary media theory. After the fascination around Christmas 1989 and the disillusionment of Spring over the 'stolen revolution', it is now, some twelve months later, time for reflection. This beautifully

illustrated publication provides us with a valuable contribution towards this process.

But what we are still waiting for is the next stage: documentation. Because the book adds little to our knowledge of the precise role of TV in either 'putsch' or revolution. The chronology included may refresh the memory, but it is not focused on the medium itself. From the reconstruction presented by some Rumanian TV employees at a Budapest congress, last April, we were able to deduce how the switchovers between the Square of the Republic and the TV studio were realised, how long TV was off the air, who the people were in the very first broadcast, and how the connections with other countries were accomplished. Strangely enough, this verbal explanation of the over-familiar pictures was not included in the German report of the Budapest conference by the Berlin publishers Merwe (see above).

It is even more remarkable that an insiders' explanation such as this also failed to be included in the Mannheim publication, since it was the authors' intention to examine what happens when television and revolution coincide. When, from the very first minute, the TV studio serves as the command centre of the new leaders, would it not be worthwhile to take a look inside? Do the authors perhaps distrust the eyewitnesses? (They did, it is true, serve under the old regime.)

The speculations of mid-1990 from Budapest and Mannheim have in common that they avoid the confrontation with the naive enthusiasm of the television makers. Before we rate the theoretical suggestions at their true value, we can already ascertain that with all this remote theory it does not seem necessary to bother with local circumstances to set up a discourse. Consequently, what we are presented with here is pure media theory!

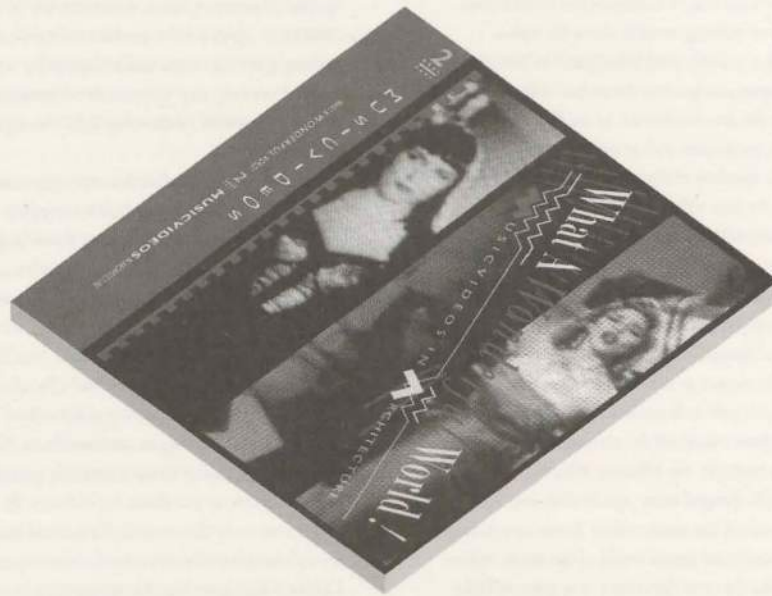
The greater part of *Television/Revolution* consists of interviews conducted by the compilers Ujica and Von Amelunxen between April and June 1990. In the first part it is Rumanian, and in the second Mannheim experts and intellectuals who have the floor. What is remarkable about the four Rumanians - a professor of French literature, the present director of the Timisoara theatre, the Minister of Education who has already resigned again and the present Minister of Cultural Affairs - is that they all followed the events from a certain distance. Thus, one of them remained an ear-witness to the end, while another was unable to break away from the TV-set. In the course of the interviews it becomes clear that the makers mainly directed their questions at a possible gap between the media isolation under which the Timisoara resurrection took place (13-20 December) and the live TV broadcasts from Bucharest (22-27 December). After the break caused by the cut-short image of the waving dictator Ceausescu on his balcony, there was suddenly a flood of images, 24 hours a day. This came to an end when, on December 26th, after many hours of waiting, viewers were presented with a few illogical fragments from the Ceausescu's trial and with images of their corpses after the execution. At that moment, the public lost its belief in the revolutionary medium, and became sceptical TV viewers once again. This moment can be seen as a second break. The precise course of affairs around the trial and the execution has not yet been cleared up, even with the broadcast of the 'entire' trial tape at the end of April. For example, the tapes with the images of the execution itself are missing and there are still rumours about tapes withheld by the 'new censors'. So much is certain, however, the moment that the dead rulers returned to the screen marks the beginning of the distrust against the 'neo-communists' who had seized power. The 'non-image' turned out to be the terminus of the revolution.

The insights and assessments gathered up in the book are fragmentary and, for the outsider, perhaps difficult to place, since the statements were not placed in a political context. We find the professor's reflections neatly alongside the minister's defence of the policies of the ruling National Salvation Front. A similar commentless series of statements unfolds as the result of a lengthy discussion that the five Mannheim experts held among themselves. The consensus on the 'media event of post-history that had been anticipated for so long' turns this round-table talk into a superfluity that might have been avoided. Since the Rumanians who actually made the TV revolution were not allowed to speak, the book fails to include any of the controversies that (as can be deduced from the Merwe book) do indeed exist. At the present stage of the discussion, the version of television as an open channel which did not report, but broadcasted (as the embodiment of the rebirth of the Will), is directly opposed to that of the studio as a military command post controlled behind the scenes by a political conspiracy. Although this discussion on the character of the Rumanian revolution is now being conducted in political terms, the role of TV has not yet been dealt with. For many Rumanians, TV still belongs to the 'real revolution' which was 'stolen' from them by the Front a few days later.

Both versions are simply unthinkable to the Western mind. The spontaneous revolution as well as the planned conspiracy are unimaginable in Western societies and belong to an obsolete terminology now only used in backward regions. The stunning use of TV takes a lot of brain-racking on the part of the post-modern academics from Mannheim, who have stopped thinking in strategies and have ruled out the possibility that they could ever be assaulted by a 'Will'. In the debate on either the end or the revival of history, Rumania is apparently difficult to place. Thus, the Mannheim round-table is a fine example of what can happen when Jean Baudrillard's writing experiments are raised to academic jargon.

The book ends with of 'theory'. Vilém flusser, Friedrich Kittler, Manfred Schneider and Paul Virilio offer us contributions of their own concoction. flusser sees Rumania as a *victory of the imagination over the rational discourse* in which the image has become a target in itself. To Kittler, it is a victory of electronics over concrete, and he gives the capture of these media stations a place in the war historiography of this century. Manfred Schneider then compares the French Revolution of 1789 with the Rumanian one of 1989 and concludes that the obliteration of the symbolic body of the dictator, unlike that of the French king in 1789, has failed so far in Rumania: the execution has never yet been shown on the screen. That from now on television will turn radically against us, that it will be anti-democratic and will no longer be believed, is the gloomy message Paul Virilio confronts us with (a text also to be found in the Merwe book in a different German translation).

What began as fascination for a media spectacle, is now called 'nostalgia'. The irreversible liberation from the Ceausescu regime is not even mentioned in the media theory. It will not help to put an end to the isolation in which Rumania now finds itself, as a Third World country beyond the European Stronghold. The borderline between fascination and disinterest seem to be floating. The self-examination practised by users of media networks over their own attraction to the alien - which, as we all know, always ends in disappointment - may now be declared concluded. It is now time for a second introduction to the phenomenon tele-revolution, with a role for concrete facts and real Rumanians.



What a Wonderful World! Music Videos in Architecture JOLA MEIJER, ERNIE TEE (ed)
 Groninger Museum/Dienst Ruimtelijke Ordening (pub) Groningen 1990 ISBN 90-71691-14-4, Dutch & English text, pp. 212, fl. 79

Of course, to accommodate a project around the music video phenomenon there could be no other place in The Netherlands but the Groninger Museum. No one else pays so much attention to the achievements of mass culture and to the hybrid forms of Art and art as its director, Frans Haks. *Graffiti*, *Mülheimer Freiheit*, *Fotografia Buffa* and *Memphis*, to mention just a few examples, were first presented at museum level in Groningen, and these exhibitions gave Haks the opportunity to show how strongly he refuses to concede to pigeon-holed thinking: whenever it comes to interdisciplinary cultural manifestations, Haks takes the lead.

The music video exhibition *What a Wonderful World!*, held in and around the Groninger Museum, suited Haks' policies excellently, if only because it concerned a relatively young visual category, as he stated in the introduction to the splendidly produced catalogue. This consists of two volumes glued together, each of which you begin to read from a different side: Part I deals with the architecture of the five video pavilions built in Groningen's city centre. Post-modern architecture, which, in the vision of four of the five designers, mainly comes down to topsy-turvy, glass and steel. But in the history of mankind piles of volumes are already filled with tedious comments on

architecture, in other words: architectural critique has a long history in which a sound and useful arsenal of notions has been built up, so this part of the catalogue is more or less old hat. Different, and therefore more enjoyable, is the video section, in which twenty authors from The Netherlands and abroad bend over backwards to say something sensible about the video phenomenon, which has scarcely established itself in history.

Many of the catalogue articles raise the matter of the artistic license of the medium: the freedom to edit, to use the very newest of computer-animation techniques and, in particular, the freedom of *time*, that is to say the freedom to abandon the linear-time character of the story. As it is, videos rarely if ever contain a story - at most, they play along with already existing stories by means of visual references (*boy meets/leaves girl*, for example) or, at a more suggestive level, by means of symbolism which is accessible to everybody - so linear temporal continuity is no condition for a music video. A flood of images, either forming a unity with the music or not, often only creates an ambience with as its most important message: *Buy! in order to be part of it*. Remarkably enough, none of the twenty authors examined the enormous social impact of the music video: for example, the influence it has on fashion in its broadest sense, which changed more rapidly than ever in the last decade (also *the decade of the music video*). Every new hairdo which appears in the cardboard dream world of the music video can be seen on the streets the next day; every new piece of frilly underwear worn by Madonna will adorn the slender bodies of disco dollies with imitation vamp-allure by the next weekend. Considering the fact that it is not so very long ago that youth culture's only inspiration was the wondrous world of Lassie and Lucille Ball, it becomes more than clear how strong the influence of pop and video culture has been. In a catalogue of this kind one might expect that some attention be paid this.

More things remain undiscussed in the texts, which in most cases consist of rather masturbatory statements, written in the slapdash style of the videos. The music video is compared with the feature film, with the experimental film of the Twenties, with television, and of course the name of media-guru Marshall McLuhan is mentioned regularly. But there is no article discussing the relation between music video and commercial. That is peculiar, because in their approach, duration and target, they have more in

common than meets the eye: the relation reveals itself best in the Levi series of commercials, which, apart from promoting jeans, also revive old pop songs, even to the point of bringing them back to the charts. Only Shuhei Hosokawa enters into the specific situation in Japan, where the special so-called *image songs*, creating an image for the product to be sold, slowly seem to be making space for commercials inspired by *MTV* in sound and image. However, any Western developments in the music video/commercial relationship fail to be explained in *What a Wonderful World!*.

In spite of the fact that this catalogue contains some amusing and provocative statements (a few examples: *The mass culture context of the video has definitely become the world of modern art* - Ernie Tee; *...the chronic diarrhoea of kitschy illustration...* - Jean-Paul Fargier; *Two networks make apparent that TV has nothing to do with watching, but, rather, with eye massage and tactile anointment. MTV and CNN have raised the pleasure of sliding to a cult...* - Maurice Nio; *Music videos are the perfect metaphors of the post-modern and Clip culture deals more with our present world than does the majority of high culture* - Peter Weibel), most of the texts dry up in commonplaces. No wonder, because it is just as impossible to say something generally sensible about the music video as it is about, for instance, the visual arts of the past ten years. In this context, Paul Groot has been clever enough to choose the solution of analysing one single video: *L'éclipse*, which gave him the opportunity to concentrate more on the contents. *Ironing amid a wealth of images*, in which Eric de Kuyper reports that he only watches music videos while he is doing the ironing, with the sound turned off, is absolutely the most amusing article of all. Needless to say, the death of the music video also turns up, in a text by John Ellis. Because in our time, when something is introduced, its downfall has to be prophesied at the same time: after all, one has to make it clear that one is ahead of one's time. Ellis' argument that the videodisc will oust the music video would seem untenable: the commercial interest of the music video will undoubtedly make *MTV* and the rest survive.

Yet, despite the omissions, *What a Wonderful World!* is a collection of entertaining and at times witty texts, a must for the true buff, if only to let him avert his eyes from the screen once in a while.

translation OLIVIER-WYLIE

PAGINA 258

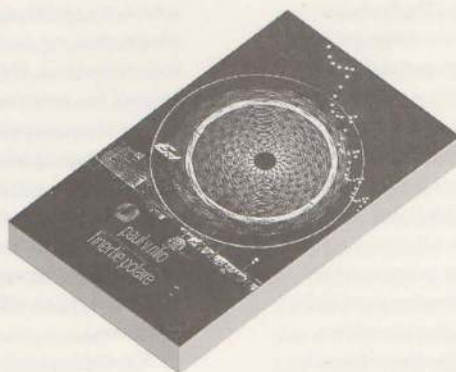
Mediamatic

VOL 5 # 4

KAAP 1991

C o u r t e s y
T O R C H

see Calendar for details



L'Inertie Polaire PAUL VIRILIO

Christian Bourgeois (pub) Paris 1990 ISBN 2-267-00887-4, French text, pp. 167, ff 80

The final development stage of mankind will turn the resident into a sitter and the final vehicle of transport technology will be his seat. After the stage of the auto-mobile vehicle, the dynamic one of the railways, the streets and the air, to all intents and purposes a new mutation is now being developed, that is, the audio-visual vehicle, or the static mobile. This will take the place of physical movement, prolong the inertia of domesticity and lead to the triumph of sitting, which will become permanent. This final vehicle will combine observation, which has become omnipresent, with the ultimate comfort, whereby the inertia of eternal sitting is the logical pendant of the speed of the arrival - as eternal as it is universal - of images and information for the sitter. Although the ultimate comfort of sitting coincides with the realisation of the ideal, rooted in our modern culture, of the universal availability of the world, according to Paul Virilio this is not an entirely positive evolution. Indeed, informing yourself about the world used to require at least physical movement in the order of getting up and leaving your home, or of travelling. Well then, this order of the restricted arrival of information is not disintegrating due to a transition to a new motor system, but as a consequence of a negative involution of human behaviour,

which will lead mankind into a pathological fixation: it is the emergence of man-sitting, or worse, man-lying-down. The final vehicle will be manned by an enigmatic, psychic sham being, midway between the registering autism of *Rainman* and the heavenly omniscience of *Wings of Desire*.

Under the diktat of technology, social and individual emancipation will be impossible, Lyotard stated in his book on the post-modern condition. So far, Paul Virilio has subscribed to this conclusion in his analyses of *dromocracy*. The Production Society, which started with the Industrial Revolution and found a cultural pendant in the Enlightenment's pursuit of clarification of 'reality', has evolved into the present *society of speed* which, with its overexposure, information pressure and quick changes, relegates the living body to the horizon of the world perceived.

The static mobile ushers in a new stage in this development and is well on its way to becoming the vehicle typical, not of the industrial, but of the post-industrial society. It is not sustained by an engine and the road, but by the electronic techniques of the presentation of places in *real time*. The all-important aspect of the electronic technique of the presentation of places in real time, apart from video art, is the replacement of direct surveillance by indirect surveillance, the control over an environment, concentrated in a kind of cockpit equipped with monitors. This videoscopic surveillance technique, which leaves its traces everywhere in post-industrial architecture and urban development, enables us to observe a *point of inertia* of the audio-visual transfer techniques; a point of inertia that is *point of survey* and *control point* at the same time.

Characteristic of the presentation of places in real time is the virtualisation of space, due, for example, to the loss of the unity of place, in favour of a unique unity of time, the real time. For the consciousness of the observer, the real-time presentations constitute a tele-presence and a tele-reality, which eventually, complemented by the observation and transfer techniques of the satellites, will form a global and virtual environment, with real time as the essential key notion.

The global, virtual environment is not constituted by transparency, that of air, glass or water, but by *trans-apparence*, which indicates that it concerns luminous apparitions, representing remote places. In contrast to transparency, trans-apparence implies the possibility of superposition of representations without a normative background or basis. Thus, they assume the characteristics of mental pictures, and indeed, in many cases it is no longer possible to discern the one from the other. Together with the improvement of the image quality in High Definition technology, videoscopies will bring about the opto-electronic trans-apparence of a global environment in which we will scarcely be able to find our bearings, especially if the images are projected full-scale onto our living rooms walls, as can be seen in the film *Total Recall*.

From there, it is only a short step to the static journey. The merging of the tele-presence of places with the cinematic 'travelling' techniques will encumber us with innumerable mental and imaginary sensations, which we already know from fun-fairs and the amusement-park industry. The summit is the physical sensation which is the effect of *cinematographic energy* and which we can already experience in, for example, omniversa, in all those projection halls where the projected image covers the entire field of vision. Due to excessive identification with the camera, we experience the movements, the shocks and the gravity effects as real. Of course, this affects our seating requirements. Thus, the universal arrival of images with

cinematographic energy inaugurates the static journey and the static sensation.

If we add to this static journey, in which cinematographic energy plays its game with our relative weight and our relative weightlessness (take, for example, an omniversum simulation of a roller-coaster ride, or one in a whirligig, or a free fall from an aeroplane), the figure of our own tele-presence - as is already possible, think of the tele-conference - then we can imagine that not only the world becomes a film with us as just the tele-spectators, but also that we become cinematic ourselves, that is, the tv broadcast. The living body, tele-communicating in real time, will be a weightless being, an enigmatic being, an 'angel' that can move immaterially through walls and doors, carried by the electromagnetic fields, while the physical body, its weight without measure, rests inertly in its final dwelling place: the chair. In the static journey, dwelling and travelling will merge. Thus, the final vehicle will be the same as the final dwelling place. We are becoming tele-present and we dwell in the time of the real time, which will instantaneously oust us from the real environment.

The most important product of real time technology will be the polar inertia, in other words, the production of a body at rest. The tendency towards inertia will constitute a dual control over the environment, so that the essence of videoscopies, that is, surveillance, will become universal. Whereas the static traveller controls the arrival of his images with his remote control in an almost desperate attempt to stay on course, the authorities control the movements in public spaces and buildings by means of satellites and surveillance cameras. In the struggle for control of the networked broadcasting of media images, political power will manifest itself, so that control of control will be the ultimate condition of control over the environment. This development towards universal surveillance will not only instigate a kind of general amusement park, or a grim state of general surveillance, but it will also lead to growing detachment from concrete experience of objects and therefore to regressive effects on the social and individual development of man as a person.

There was a time that imagination was impossible. A primitive man or a peasant could not imagine any space beyond his traditional living environment, because there was not a shadow of a chance that he would ever be confronted with this 'beyond'. The mental step over the horizon could not be made. In our time, imagination has become impossible once again, because there is no horizon left to cross, because before anything else people are confronted with the totality of the 'beyond', so that there is nothing left but to withdraw from this too immense experience, which has become inhumane in its excessiveness. A negative spiral of interrelated psychological necessity and technical potential winds down into the mass of growing inertia. Due to the impossibility of imagination, this moving immobility prevents the pursuit of a sublime and transcending identification, of a higher ideal image, which has been replaced by thousands of fragments in which we can barely distinguish our faces before they disappear. The inert body, withdrawing into its seat, belongs to the so-called narcissistic subject, for which the horizon of the others, the sexual and social horizon of the others, no longer exists. Its mental horizon is confined to the manipulation of its screens and its images.

In this state of inert sitting, with the seat preventing a fall into the fathomless depths of a space devoid of landmarks, traditional security and safety merge into the control of the environment. Whereas the arrival of the other used to be

scanned by the military on the parapet of a fortress, from now on, any arrivals will be controlled individually and from the chair, with the remote control. Speed has created the possibility of exploring space and then clenching it to the point of inertia of the human body. This implies the growth of the desert form of space, which is erratic and can be traversed in all directions. Analogous with the empty space of astrophysics and quantum mechanics, this is the space beyond orientation of the pure path of speed of light. A space where you can *move into speed*, but where you will never arrive anywhere. The static mobile of speed of light generates quantum effects with regard to space and, according to Virilio, with regard to time as well. Because, in the form of the eschatological acceleration which projects us onto the *wall of time*, with time as a compressed liquid mass confronting a missile and preventing its acceleration, as well as in the form of post-historical boredom, this means the end of history, in other words, the catastrophe of the linear, unidirectional time, the *extensive time* of consecutive points in time in which we carry out our actions and which is also connected with our actions.

The new time, the time of the media and the transfer techniques in real time, is the *intensive time*. This used to be the exclusive domain of the mystic experience. In the split-second unification with God, or in the equally split-second inner experience (Georges Bataille), people experienced an order of time in which moment and eternity coincided. Whether they saw something or not, it always concerned an apparition, appearing in its own light. And in extensive time as well as in intensive time, light is the maker of time. Mystics call the paradoxical time of the experience a time environment, a surrounding time without beginning or end, in which you suddenly appear, from which you are banished just as suddenly and which takes you away from your everyday environment. It also allows an immense transfer of information (Georges Bataille). Its duration is flexible (a second seems like a year, but to God, a year is a second), it has no objective frame of reference and is therefore relative in the absolute and psychological by nature. The experience of the moment, of the intensive time, is a matter between observer and object observed.

Quantum mechanics and astrophysics have also discovered intensive time, which has stimulated the research into the origin of time. Contemporary astrophysicists claim that, in the dark depths of a particle and in the extreme time depths on the verges of our universe, the entire cosmos as we know it is surrounded by a time order analogous to that of the mystic experience. Consequently, in their opinion, the origin of the extensive time of consecutive events was a transfer accident between the eternal moment before the *Big Bang* and the moment when the cosmic clock began to tick.

Virilio concludes from this that the time environment, the elastic moment, is therefore a time order which can only break into our extensive time order through *accidental disposition*. It is a time that has to do with immediateness, with accidental conception, with spiritual openness, with the clearing of the soul and the absolute relativity of the observation. It is a time that, due to its nature of referenceless environment, makes it impossible to define in itself the before and the after, in short, the direction of time.

According to Virilio, the entire ambience of real time belongs to this intensive time, the kind of time motionlessly experienced by mystics in caves and deserts, the kind of time quantum physicists think they observe by setting the recording time of their instruments to the time of appearance of a particle. The time of the post-industrial era, of the static mobile and man-sitting, is this time environment. film and video, the instruments of the interception of the moment, of the instantaneous exposure, prolong this moment into eternity, thus surrounding us with an elastic duration.

In the atmosphere of Earth, an electronic time machine is humming, to be brought to perfection by the astrophysicists' time research. According to Virilio, we will eventually be locked into, or perhaps rather transported by, the artificial moment, or the artificial eternity of a relative and psychological now, which will resemble the omnipresence and the simultaneity of the *Divine Glance*, or the mystic experience. *Totum Simul*.

Intensive time can only appear in extensive time due to an accidental disposition. Our transition from extensive to intensive time will therefore be accompanied by transitional accidents. One of these will be that, due to the loss of spatial as well as temporal references, the occupant of the static mobile will be affected by double egocentricity. On the one hand, the disoriented traveller will start orienting himself on the physical weight mass of his body, on the other, on his psychological time. This will mean a kind of death in real time or certainly a coma, for indeed, someone who has abandoned his contact with his physical environment can be said to be in a coma. But, as with people who have had themselves deep-frozen, the supremacy of the relative psychological duration means the acceleration of the senescence of the world.

What first happened in environmental planning and later in social structuring, that is, the organisation of and control over the environment, will soon all happen in the living body itself of the human being, who, seated in the final vehicle, with his narcissism and his self-deification, lives less in the world than in himself.

In himself? In fact, not even that. The entire environment is concentrated in the traveller of real time, for indeed, he is the point of inertia of all circulation. However, with the speed of circulation, the control over the environment also increases, and the control of the control, so that control becomes absolute. Therefore, in the last resort, it is control itself that is concentrated in the traveller as the final environment. The controlled environment is not around or opposite, but *inside* the traveller, which turns self-consciousness into a fragile and hazardous matter. In being seated, the sitter is a fragile and insecure self, a mental and physical invalid, an autistic or an angel, who has destroyed the area of his direct action.

Therefore, the role of the final vehicle will be the following: *It will turn its occupant, this traveller without a journey, this passenger without passage, into the ultimate alien. A runaway from himself, exiled from the external world, which is to say, the real spaces of a disappearing geophysical expanse, and exiled also from the internal world, alienated from his animal body, this weight mass will eventually become just as fragile as is already the body of the planet Earth, which is on its way to annihilation.*
(p.165) translation olivier-wylie



PAGINA 262

Mediamatic

VOL 5 # 4

Rocking around the Clock Music Television, Postmodernism & Consumer Culture E. ANN KAPLAN

Methuen (pub) New York/London 1987 ISBN 0-416-33370-7, English text, pp. 196, £ 6,95

ERKKI HUHTAMO

INTERVIEWSANN KAPLAN

One of the leading tv scholars in the United States, E. Ann Kaplan is also the writer of the first book-length study of music videos. *Rocking Around the Clock. Music Television, Postmodernism & Consumer Culture* has raised considerable debate: sometimes ridiculed as an improbable attempt by a middle-aged academic to enter a territory she couldn't hope to master. On the other hand, as Kaplan says, *If my book did everything right, there would be no room for others.*

Have there been any changes in American MTV since your book was published?

Yes, it has changed in many, many ways. Even as I was writing the book, between 1982 and 1986 - which was when I sent it to the press - I was constantly having to revise the manuscript because MTV was constantly changing. But I tried to incorporate all the changes before it went to press. first of all, they brought in

the 'block' programming. When I wrote the book, only two videos would be run at the most, and then there would be ads. But now they have - following FM radio - blocks of at least four videos, so the ad saturation is lower. I suspect, however, that if you watched over 24 hours, they catch up somewhere, so they are not losing anything. Secondly, they have changed the special programs: when I was doing my research, they had heavy metal slots which they don't have any more. Heavy metal is now so routinely cycled, it doesn't need special packaging.

They also had a slot called *The New Video* which has been replaced by - guess what - *The Postmodern Video*, since my book came out. I was talking to a young woman on MTV just the other day: She called me saying *I have just been hired. I've been looking for your book but I can't find it. I've been told that I have to re-edit the Postmodern Video slot, because we don't have the concept* (which is true, they didn't) *and now I want to read your book just to find out what the concept is, so that I can make our slot more in keeping with the concept.* All they were doing in *The Postmodern Video* was bringing together sort of odd collections of videos, not really understanding the idea.

They also brought on a game show called *Remote Control* which was not on at the time of my writing, and they started a new section called *Rockumentaries*.

One day I turned on MTV and what the host of that section was doing amounted to a deconstruction of sexism in videos. She used her own body as a little image, dressed in a mixture of little girl/old lady attire, walking over a sexy Sheila Easton video and pointing out how large the breasts were on the image. She was doing a demonstration, but in quite a Postmodern way, because the seriousness of her intent was quite ambiguous: it stood between parodying concerns about sexism in videos and actually taking such a stance. Perhaps MTV had in mind the right-wing Parents Media Resources Center-kind of objections. Perhaps they had certain feminist responses in mind - I don't know.

You have said that the model for MTV was the 24-hour FM rock stations, but you don't perceive a problem in the relationship between these stations and Postmodernism. Does your argument about MTV as a Postmodern phenomenon also hold in respect of that?

That's an interesting question which raises an important area for future research. As you know, we have dealt much less with sound. Postmodernism has been constructed very much as a visual phenomenon, connected with architecture, painting, television, even dance. It is rarely used either in relation to the novel - that silent consumption form - or to a purely oral sound form. I would need to think about that. We should try to better understand why Postmodernist theories were constructed so much around the visual.

Now, I think it is true that we are living in an increasingly saturated visual culture. However, we are also living in a more heavily saturated sound culture. But I think sight seems to dominate and also construct us more than sound. I would not off hand use the word *Postmodern* about 24-hour sound. The reason is that while you are engaged in listening to rock music you are also doing all kinds of other things with your eyes. You don't just sit - although I suspect some kids do - on the bed with your eyes closed, listening to rock videos. I know lots of kids do do their homework while having MTV on. By-and-large, since I listen to rock music non-stop in the car, my visual senses are engaged. I could talk about that as a Postmodern phenomenon: that I am

doing a zillion things and I am also listening. It has something to do with the combination of sight and sound as absorbing the total person's senses. But it wouldn't be the radio *per se*.

You researched the music video in the context of television, particularly MTV, and you connect it with the discussion about Postmodernism. Do you think that music videos could be fruitfully studied in another context, or is this the natural one?

Oh no, I can see that there are other ways. As I said, I was drawn to this approach when wanting to theorize about television, and at the same time, I was drawn to Jameson and Baudrillard. I might say now that I overstated the case in terms of carrying the Baudrillardian argument a little bit to the extreme. I have been thinking about something the reviewers pointed out, namely spending more time on the spectator, which I don't do in the book. It's a series of textual analyses and I think that was legitimate as part of a dialectic. The theory took us to texts in the Seventies and I apply that because I came with that model from film studies. It is also true that the cultural studies group in Britain, out of Stuart Hall's Cultural Studies Centre, began focusing on the audience. The problem is that they privilege the audience over the text, while we privilege the text over the audience and what we need to work towards is a position that combines them. But I continue to argue that texts construct the spectator. On the other hand, it is also clear that individuals bring all kinds of prior frameworks to, say, music videos and read them in the light of these frameworks. Every experience is a contestation between positions that the videos try to make me accept, and my own background - class, ethnicity, age - formations which are encouraging me to read in a certain way the position videos construct for me.

Jane Brown recently made an empirical study of teenage spectators. She focused on Madonna's *Papa, Don't Preach* and *Open Your Heart*: she put on one side my readings, and then she interviewed teenagers, separating them by gender and race, about what meanings they saw. Her preliminary data collection shows extraordinary things; for instance, some teenagers don't even realize that Madonna is pregnant in *Papa, Don't Preach*. All they really seem to see is that father and daughter seem to be at odds. For *Open Your Heart* she got all kinds of different readings: for some it was celebrating female sexuality; a lot of males, of course, said it was a turn-on - all they remembered was how exciting it was to see Madonna in that costume. Women focused on the little boy; but none gave my reading: that it was about deconstructing porn parlors.

Obviously a study like that absolutely proves what we know intuitively, that no text has a set meaning - or at least, I think texts do have a set meaning, but no text is read the same in terms of its meaning by different groups. So I would be interested in a more empirical study now, for instance, on the way teenagers use MTV.

That's one route. Another is to work on interlocking discourses, the paraphernalia like T-shirts surrounding the videos; the Madonna look-alikes (*wannabes*) and the *Dress Like Madonna* shows; album covers; promotional enterprises and ads.

Does this mean questioning the basic idea in your book, the equation of MTV with Postmodernism?

I'm not sure if it means questioning that so much. In fact, in some way dealing with all contesting or interweaving discourses could

be very Postmodern. One aspect of Postmodernism is the blurring of different sites; it means simply extending the discussion of consumerism, which I see as an inherent part of Postmodernism. We should show how objects are proliferated to increase sales, and to create the context for selling the image.

I guess the break in Postmodern theory has to do with the resisting spectator. Actually, spectators resist more than Baudrillard knows or believes. His is a sort of apocalyptic vision which leaves the individuals as blank spaces who automatically allow the media to simply consume them. I don't believe that. I think the media are proliferating and there's an increasing identification with images. I think young people believe for a little while that they are Madonna when they dress like her. But it's short-lived, and there are many other aspects of teenagers' lives that prevent their total absorption into the media. I do think, however, that race and class are significant here.

I suspect that the more a child has alternate things in its life - such as the family doing other things, or positive experiences with different family members, in relation to alternative modes to television - the theater, for instance - the less total identification with the media would be. Those children in America with a very unstable family who have very little access to anything else in the culture and who sit in front of the tv for hours a day would be susceptible to the Postmodern fantasy, no longer knowing what's the image and what's the self - the simulacra argument. But I certainly think that I perhaps overstated this argument in the book.

would seem to warrant a study as much as anything else. Kaplan then goes on to avow an interest in adolescent or youth culture since the early sixties, then decisively knots these threads of rationale by alleging that *MTV seems to embody what Jameson and others have been calling Postmodernism*, hence the study of *MTV* being, within the curtained academic milieu Kaplan calls home, of the utmost obvious urgency.

The chapter titles then proceed to kindle the worst fears of those who actually know or care deeply for music television: *MTV: Advertising and Production; History, 'Reading Formulations', and the Televisual Apparatus in MTV; MTV and the Avant-Garde: the emergence of a Postmodernist anti-aesthetic?; Ideology, Adolescent Desire and the five types of video on MTV; Gender Address and the Gaze in MTV*; and: *Conclusions: MTV, Postmodernism, and the Televisual Apparatus*. A stew of cultural studies, Lacanian feminist film theory, and oracular dicta ascribed to Baudrillard, the book proper has an 'Afterword' in which the author delivers what amounts to a self-annihilating coup de grace: *Even as I struggled to make generalizations, to codify, to formulate plausible theses and arguments, the channel would change and render a statement obsolete. In other words, the experience of writing the book was an experience of getting inside a Postmodernist phenomenon.*

This stunning statement is meant either as an alibi along the lines of 'I'm doing the best I can', or else as a rather ungracious self-endorsement: 'Don't blame me, blame Postmodernism.' It's an odd suggestion, however faintly registered, that the author knows her book to be outdated, hence conditional, even as she writes. Not a fatal problem, however, in the light of all those 'future researchers' who will have to make a living hacking about in academe just as she does.

The least cynical thing to say about Kaplan's *MTV* book is that it's written from the point of view of an outsider. But which outside is that? Simply, it's the outside of academic opportunism, here annexing *MTV* as a new, relatively unexploited/depleted area of speciality, ripe for academic 'ownership'/development. It is, at any rate, possible to advance this unkind reading without imputing motivation personally to Kaplan; that is to say, it's possible to understand the field of academic industry as one in which those toiling there devote premium time to writing books and studies addressed exclusively to their confreres, a textual to-and-fro in which manifestly unempirical allegations are said to be 'proven' and in which all the ultimately recondite questions can be counted on to be quieted (*but not yet*) by 'future research'.

To counter the claim that this harshness against Kaplan's book is nothing but philistinism, a recommendation follows: Lisa Lewis's *Gender Politics and MTV: Voicing the Difference* (Temple University Press) springs from the same dark heart of the university as Kaplan's book, and like it is sometimes too enthralled for anyone's good by the sound of theories clashing by night. Where it differs, and where it justly repays attention, is in the unmistakable affinity Lewis has for her subject. Although partly reconstructed via theory, Lewis is at heart a true music fan, a devotee, a hearer of sounds Kaplan doesn't even know she's missing. What Lewis evinces is a kind of love, really, and it's essential for enquiries of this nature. For Kaplan, *MTV* is simply virgin territory onto which she can map the most fatigued paradigms of the last decade's film/television theory; for Lewis, *MTV* is a spectacle (suspicious, but even so, even so...) of *enchantment*. Lewis's book makes a bad object lovable; Kaplan's book makes the bad object worse.

PAGINA 264

Mediamatic

VOL 5 # 4

BILL HARRIGAN REVIEWS
ROCK AROUND THE CLOCK

A question addressed to origins: why write a book about a subject which you lack the capability for any sympathy? Not desire for sympathy; not interest in sympathy, but a capability to sympathetically imagine. What would constitute a reasonable minimum requirement for authorship of a book on music television? A sympathetic, knowing attraction to the genre, perceived as a (mine-filled) zone of pleasure and release. Whose pleasure? The pleasure of the music fan, of the rock 'n' roll fan, of the dispossessed fan to whom rock is better than life, the fan for whom rock can make buoyant the mundane. Rock music and music television are also, of course, 'consciousness industries' that construct and nourish consumers, but what they sell are surely acoustic pleasures before they are visual. That is to say, music television is closer to radio than television.

That said, it's a reasonable expectation of a book on music television to be conversant with, and in some regard (either distant or present) enthralled by music. This is effectively a requirement. Requirements are established not in the realm of publishing but that of ethics; and one of these decrees that people not write about subjects for which they lack all affinity. The result, otherwise, is trouble and confusion.

Music television and E. Ann Kaplan: why? Attempting to get the first word in, Kaplan commences *Rocking Around the Clock* by anticipating/diverting the question: *In one sense, my writing a book on MTV requires no explanation. I have been long interested in popular culture (...) and MTV, as a new popular phenomenon,*

CALENDAR



The next Mediamatic calendar will run from May till August 1991.
Please send your info before 2 April to our new address: Mediamatic, Postbus 17490, 1001 jl Amsterdam,
the Netherlands, or fax to +31 (20) 263 793. Thank you.

BELGIUM



LEUVEN 23 JAN. - 5 FEB.

BILLY WILDER, 20 films. STUC, Van Evenstraat 2d, tel.016 23677

LEUVEN 5 FEBRUARY

LESLIE THORNTON. STUC, Van Evenstraat 2d, tel.016 236773

LEUVEN MARCH

The Found Footage. STUC, Van Evenstraat 2d, tel.016 236773

CANADA



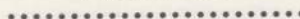
MONTREAL 30 APRIL - 5 MAY

International Festival de Jeune Cinema. Contact: 4545 Pierre-de-Coubertin Avenue, tel.514 2523024

TORONTO 10 MAY - 16 JUNE

Passages de l'images, photography, film, video. THE POWER PLANT, 231 Queens Quay West, tel.416 9734949

FINLAND



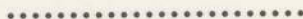
HELSINKI 12-28 APRIL

MuuMedia Festival, (ex Espoo Interactive Media Art Meeting) Interactive Media Art Event with a.o. Jeffrey Shaw, David Rokeby and Lynn Heremann, Installations & the third International Video Festival. Program: Female points of view, Black British Films, new videos of Yugoslavia, retrospective Peter Callas. Contact: AV-ARK/MUU RY, tel.358 0 442657. fax.358 0 442260

KUOPIO 6-12 MAY

Third International Videofestival of Kuopio. AV-ARK, Perttu Rastas, Mannerheimintie 13C, 00100 Helsinki. tel. 358 0 442657. fax.358 0 442260

FRANCE



ANGERS APRIL

Cinemas d'Afrique, Selection of the best African films. TOHU-BOHU, 40 rue du Cdt Bourgeois, tel.41 475779

CLERMONT-FERRAND 3-7 APRIL

6ième Vidéoformes festival of installations and retrospectives, competition of young creators. Exhibition *Vu(es) du Ciel* untill 20 April. Contact: POB 50, F 63130 Royat, tel.73906758 fax.73923769

PARIS TILL 24 FEBRUARY

Art et Publicité, art and advertisement. CENTRE GEORGES POMPIDOU, Rue Martin, tel.01 42 771233

PARIS 13 DEC. - 30 MARCH

Les Dessous de Paris, maquettes, photo's and videos about Paris metro-architecture. PAVILLON DE L'ARSENAL, Boulevard Morland 21, tel.01 42766346

ROANNE MAY

Semaine de la science-fiction et de l'imaginaire, festival of science fiction and fantasy. Rhone-Alpes S.F., Centre Mendes-France, 12 Avenue de Paris, tel.77 645282

STRASBOURG 14-24 MARCH

19th Film Festival Strasbourg, with *Memories* video-documentary competition. tel.88350550 fax.88363855

GERMANY



BERLIN 15-26 FEBRUARY

4. VideoFest '91, international videofestival presenting videotapes of all genres produced in 1989/90. MEDIENOPERATIVE BERLIN, Potsdammerstr. 96, tel.030 2623039

DORTMUND 12-17 APRIL

Women's Film Festival. Contact: Kleppingstr. 21-3, tel.0231 54225 162

FRANKFURT-M 12-17 APRIL

Art Frankfurt. international art market.

OBERHAUSEN 24-30 APRIL

37 International Short Film Festival, film and video. Christian-Steger-Strasse 10, tel.0208 807008

KÖLN 6 FEBRUARY

Video im Kölnischen Kunstverein, video. WOLFGANG PREIKSCHAT INTRODUCES PETER CALLAS, 20.00h. Contact: tel. 02 21 217021. fax.49 221 210651

GREAT BRITAIN



BIRMINGHAM 17 JAN. - 23 FEB.

KEITH PIPER, *A Ship names Jesus,* installation. THE IKON GALLERY, 58-72 John Bright Street, tel.021 6430708

LIVERPOOL 19 APRIL - 5 MAY

Videopositive, a.o. Installations, Australian Video, New Technology Weekend. CONTACT: EDDIE BERG, BLUECOAT CHAMBER tel.051 7092663

LONDON 14 DEC. - 27 JAN.

MARTY ST JAMES and ANNE WILSON, *Video portraits,* installation. NATIONAL PORTRAIT GALLERY, St Martin's Place

LONDON 9 JAN. - 6 FEB.

SHIRLEY MACWILLIAM, *Lightly,* video and sound installation. CAMERAWORK, 121 Roman Road, tel.081 9806256

LONDON 25 JAN. - 3 MARCH

LAWRENCE WEINER, *Spheres of Influence,* exhibition. ICA, The Mall, tel.01 9300493

CALENDAR

LONDON 1-8 FEBRUARY

BP Expo 91, international festival of student film and video. RIVERSIDE STUDIOS, Crisp Road, tel.081 7412251

LONDON 13 FEB. - 6 MARCH

DONALD RODNEY, installation. CAMERAWORK, 121 Roman Road, tel.081 9806256

LONDON 2-3 MARCH

Culture, Technology & Creativity in the late 20th century, conference. ICA, The Mall, tel.01 9300493

LONDON MARCH

5th London Lesbian and Gay Film Festival. NATIONAL FILM THEATRE
Contact: NFT, Southbank, tel.071 9283535

LONDON 22-23 MARCH

Towards the aesthetics of the future, series of six special presentations by leading experts and researchers (a.o. ARTHUR AND MARLOUISE KROKER) and by filmmakers utilising the new technologies.

ICA, The Mall, tel.071 9300493

SWINDON 31 JANUARY

Music Videos, discussion and screening. MEDIA ARTS TOWN HALL STUDIOS, Regent Circus, tel.0793 493451

HUNGARY

GYÖR 3-5 MAY

The eight Festival of film and video art, confrontation East-West.
CONTACT: 9002 Györ pf, 71 Hungary.
tel.36 96 19666. fax.36 96 15004

NETHERLANDS

AMSTERDAM FEBRUARY

KEES AAFJES, *Drie Elektrische skulpturen*, installation, STICHTING MONTEVIDEO / GALERIE RENE COELHO, Singel 137, tel.020 237101

AMSTERDAM FEBRUARY

Het Circuit, exhibition, BORIS NIESLONY, TOM PUCKEY, GEERT DUINTJER, KEES MOL. HET RECEPT, Plantage Muidergracht 69/71, tel.020 202718

AMSTERDAM 7-13 FEBRUARY

SLUIK / KURPERSHOEK, installation. TIME BASED ARTS, Bloemgracht 121, tel.020 272620

AMSTERDAM 8 FEBRUARY

ANDRÉ DRAGU, lecture. TIME BASED ARTS, Bloemgracht 121, tel.020 272620

AMSTERDAM 14-20 FEBRUARY

PIERRE BASTIEN, installation. TIME BASED ARTS, Bloemgracht 121, tel.020 272620

AMSTERDAM 15 FEBRUARY

ROBIN NOORDA, lecture. TIME BASED ARTS, Bloemgracht 121, tel.020 272620

AMSTERDAM 21-27 FEBRUARY

MARCEL ALBERTS, *Armeno*, installation. TIME BASED ARTS, Bloemgracht 121, tel.020 272620

AMSTERDAM 22 FEBRUARY

MARCEL ALBERTS, lecture. TIME BASED ARTS, Bloemgracht 121, tel.020 272620

AMSTERDAM 10-12 MARCH

Amsterdam Virtual, European Cyberspace Congres. Contact: tel.020 203219

AMSTERDAM MARCH

NOL DE KONING, *Miseno*, installation. STICHTING MONTEVIDEO / GALERIE RENE COELHO, Singel 137, tel.020 237101

AMSTERDAM 12 APRIL - 26 MAY

GERALD VAN DER KAAP, exhibition. STEDELIJK MUSEUM, Paulus Potterstraat 13, tel.020 5723911

ARNHEM 9 JAN. - 3 FEB.

SANDER NAUS, exhibition. DE GELE RIJDER, Korenmarkt 43, tel.040 387319

EINDHOVEN MAY - JUNE

GERALD VAN DER KAAP A.O., exhibition, VAN ABBEMUSEUM, Bilderdijklaan 10, tel.040 387319

GRONINGEN JAN. - FEB.

Shot across the Mind (?), installation by Bill Spinhoven and Paul Klomp. DE SALON, Kattendiep 23-1, tel.050 133265

GRONINGEN 12 JAN. - 10 MARCH

Z - 150 characteristic works including Gerald Van Der Kaap. GRONINGER MUSEUM, Praediniussingel 59, tel.050 183343

GRONINGEN 19 JAN. - 16 FEB.

Fantastische Foto's, from the collection of the Groninger Museum, including Gerald Van Der Kaap. HARMONIEGEBOUW, Oude kijk in 't Jatstraat 26.

ROTTERDAM 12 JAN. - 16 FEB.

Erotic Desire, international photo, video and film exhibition, including lectures and performances. Contact: STICHTING PERSPECTIEF, tel.010 4780655

ROTTERDAM 25 JAN. - 3 FEB.

20e Film Festival Rotterdam. ZAAL DE UNIE, Mauritsweg 34, tel.010 4141666

ROTTERDAM 26 JAN. - 24 FEB.

Over Cézanne, multi-media exhibition. WITH A.O. REMY ZAUG, STRAUBHUILLET, WITTE DE WITH, Witte de Withstraat 50, tel.010 4110144

ROTTERDAM 20 FEBRUARY

Video-Vox, PETER BOGERS, *Nature III*, installation. ZAAL DE UNIE. part of the vox festival 18-24 February. Contact: ROTTERDAMSE KUNSTSTICHTING, Mauritsweg 35, tel.010 4141666

ROTTERDAM 21 FEBRUARY

Video-Vox, videoworks of a.o. STEINA VASULKA, GARY HILL, FRANSJE JEPKES, MONIEK TOEBOSCH. ZAAL DE UNIE. part of the vox festival 18-24 February. Contact: ROTTERDAMSE KUNSTSTICHTING, Mauritsweg 35, tel.010 4141666

TILBURG JAN. - MAY

Het verblijf, lectures on the static journey, where dwelling and travelling will merge. Organisation: Wim Nijenhuis. Contact: Cocky de Kok, tel.013 355835

ROMANIA

SFINTU GHEORGHE FROM 20 MAY

Medium 2, young artists' second International Contemporary Art Exhibition. FILIALA U.A.P. Covasna. pta Libertatii 16

SPAIN

BARCELONA 11 FEB. - 31 MARCH

Passages de l'image, photography, film, video and television. CAIXA DE PENSIONS.

CALENDAR

MADRID FEBRUARY

Videoarco, festival, retrospectives.
Contact: tel.91 4701014

SWEDEN

.....

GÖTEBORG 25 JAN. - 3 FEB.

Göteborg Film Festival. Contact:
KULTURFÖRENINGEN FOR
FILMFESTIVAL, tel.031 410546

SWITZERLAND

.....

GENÈVE 8-11 APRIL

Rencontres Médias Nord-Sud, contact:
Tina Boillat c/o TSR, 20 Quai Ernest
Ansermet, CH-1205 Genève. tel.41 22
286335 fax.41 22 289410

LAUSANNE

*Fifal, Festival International du Film
d'Architecture et Urbanisme*, Case
postale 1256, CH-1002 Lausanne, tel.41
21 237972 or 321 17 35, fax.42 21 206509

SION 11-13 APRIL

Rencontres Médias Nord-Sud,
contact: *Tina Boillat* c/o TSR, 20 Quai
Ernest Ansermet, CH@265
1205 Genève. tel.41 22 286335.
fax.41 22 289410

TURKEY

.....

ISTANBUL 26 JAN. - 3 FEB.

2nd International video days, video
festival with selections by various
curators. Contact: ARARAT, Dr. Ahmet
Dogan, Köpernickstraße 16-17, 1000
Berlin 36, tel.30 49832714/6935080
fax. 6930229

UNITED STATES

.....

ASTORIA NY 14 SEPT. - 3 MARCH

American race movies, exhibition
devoted to black independent films
from the 1920s to the 1940s. AMERICAN
MUSEUM OF THE MOVING IMAGE, 35
Avenue at 36 Street, tel.718 7844520

ASTORIA NY 20 JANUARY

*Blacks in Contemporary Film and
Television*, lecture by Henry Louis
Gates. AMERICAN MUSEUM OF THE
MOVING IMAGE

NEW YORK 12 JAN. - 23 FEB

Asylum, mixed media installation by
MARY LUCIER. GREENBERG WILSON
GALLERY, 560 Broadway,
tel.212 9662024

NEW YORK 30 JAN. - 17 FEB.

*From Object to Subject: A Decade of
Women's Narrative Cinema*, included
are JULIE DASH, SU FRIEDRICH, SHIELA
MCLAUGHLIN a.o. WHITNEY MUSEUM OF
AMERICAN ART, 945 Madison Avenue,
tel.212 5700537

NEW YORK 22 FEB. - 22 MARCH

Andy Warhol's Video and Television,
exhibition surveys Warhol's video
and television productions. WHITNEY
MUSEUM OF AMERICAN ART, 945
Madison Avenue, tel.212 5700537

NEW YORK 22 MARCH - 7 APRIL

TAKAHIKO IIMURA, Japanese
filmmaker, a retrospective.
ANTHOLOGY FILM ARCHIVES, 32-34
Second Avenue, tel.212 4772714

PAGE 267

Mediamatic

VOL 5 # 4

MonteVideo

OP SMAL!

Omdat MonteVideo gewend is om met kunstenaars te
werken met een beperkt budget,
zijn we altijd op zoek naar betaalbare kwaliteit.
Daarom hebben we vanaf heden de

Video Hi-8 lijn

in gebruik genomen.

Dat wil zeggen dat Video-8 en Hi-8 materiaal
zonder extra generatieverlies naar BVU-SP
kan worden gemonteerd.

Daarvoor hebben we de

montage feeder Sony EVO-9800P

aan onze 3-machine BVU-montage toegevoegd.

Voor productie hebben we naast de portable
BVU-SP set de nieuwe professionele

Hi-8 3-chip camcorder

in gebruik genomen.

Informeer naar onze tarieven.

STICHTING MONTEVIDEO
VIDEO FACILITEITEN VOOR
KUNSTENAARS EN NON-PROFIT PRODUCTIES
Singel 137, 1012 VJ Amsterdam
tel: 020-23.71.01, fax: 24.44.23

UITGEVER/PUBLISHER

Stichting MEDIAMATIC Foundation

NEW ADDRESS

(Spuistraat 219-221)
Postbus 17490
1001 JL Amsterdam
The Netherlands
tel.+31 (20) 384534
fax+31 (20) 263793

HOOFDREDACTEUR

MANAGING EDITOR

Willem Velthoven

REDACTIE/EDITORS

Paul Groot
Geert Lovink
Jules Marshall
Maurice Nio
Jans Possel
Ernie Tee

EINDREDACTIE / FINAL EDITING:

Jules Marshall
Maurice Nio
Ernie Tee

DRUKWERK/PRINTED MATTER:

Geert Lovink

KALENDER/CALENDAR:

Ariane Seydel

CONTRIBUTING EDITORS

Alfred Birnbaum
Budapest/Tokyo
Jorinde Seydel
c/o Calle Puertaferri 2.0-3-2a
Barcelona

REDACTIE-ADVIESRAAD/

ADVISORY BOARD

Anne-Marie Duguet, Paris
Steve Fagin, San Diego
John Archibald Pump II, Amsterdam
Ed Taverne, Groningen
Peter Weibel, Frankfurt/Buffalo

VERTALERS/TRANSLATORS

Jim Boekbinder, Amsterdam (NL-GB)
Eggheads Inc., Rotterdam (NL-GB)
Olivier-Wylie, Eindhoven (NL-GB)
Stichting Sirene, Arnhem (GB-NL)

BURO/OFFICE

Ariane Seydel / Sheila Kösters

COPYRIGHT

Mediamatic & de auteurs/the authors

MEDEWERKERS AAN DIT

NUMMER CONTRIBUTORS TO

THIS ISSUE:

ADILKNO *foundation for the advancement of illegal knowledge*, Amsterdam.
BILWET *stichting ter bevordering van illegale wetenschap*, Amsterdam.
Steven Bode *publicist and director Film & Video Umbrella*, London.
Volker Grassmuck *social scientist and journalist*, Tokyo.
Bill Horrigan *media curator at the Wexner Center for the Visual Arts*, Columbus, Ohio.
Erki Huhtamo *video curator and critic*, Turku/Budapest.
Marijn van der Jagt *redacteur/ editor Toned Theatraal*, Amsterdam.
Gerald van der Kaap *beeldend kunstenaar/artist*, Amsterdam.
Eveline Lubbers *journalist*, Amsterdam.
Wim Nijenhuis *architect and publicist*, Delft.
Sonja Snoek *media criticus/media critic*, Amsterdam.
IJsbrand van Veelen *journalist*, Amsterdam.
Dirk van Weelden *schrijver/writer*, Amsterdam.

DESIGN & LAY OUT

Velthoven Ontwerp, Amsterdam
Willem Velthoven
Huda Abi Farès

ZETWERK/TYPE-SETTING

Letter & Lijn, Groningen.

DRUK/PRINTING

Drukkerij Giethoorn, Meppel.

DANK AAN / THANKS

After Nature, Amsterdam
Marga Bijvoet, Amsterdam
BRS Prensela Vonk, Amsterdam
Drukstore/Sjon de Soet, Amsterdam
Maandblad O, Amsterdam
Albert Wulffers, Den Haag
Luc(as) de Groot, Den Haag

BIJDRAGEN worden belangstellend tegemoetgezien. Desalniettemin kunnen wij geen verantwoordelijkheid aanvaarden voor toegezonden tapes, foto's etc. Als prijs gesteld wordt op terugzending, retourporto bijsluiten.

CONTRIBUTIONS are looked forward to with interest. Still we can not take any responsibility for tapes, photos etc. sent to us. If you want your material returned. Please enclose return postage.

DISTRIBUTIE/DISTRIBUTION

Nederland: Betapress, Gilze /
Stichting Mediamatic
Great Britain: Central Books,
London 01-407 5447
Spain: Metrònom,
Barcelona 03-310 6162
Germany: 235 Video,
Cologne 0221-523 828
Australia: Manic Ex-Poseur
Melbourne, Vic. 03-429 1915
USA: Bernhard DeBoer,
Nutley, New Jersey 01 667-9300

ABONNEMENTEN

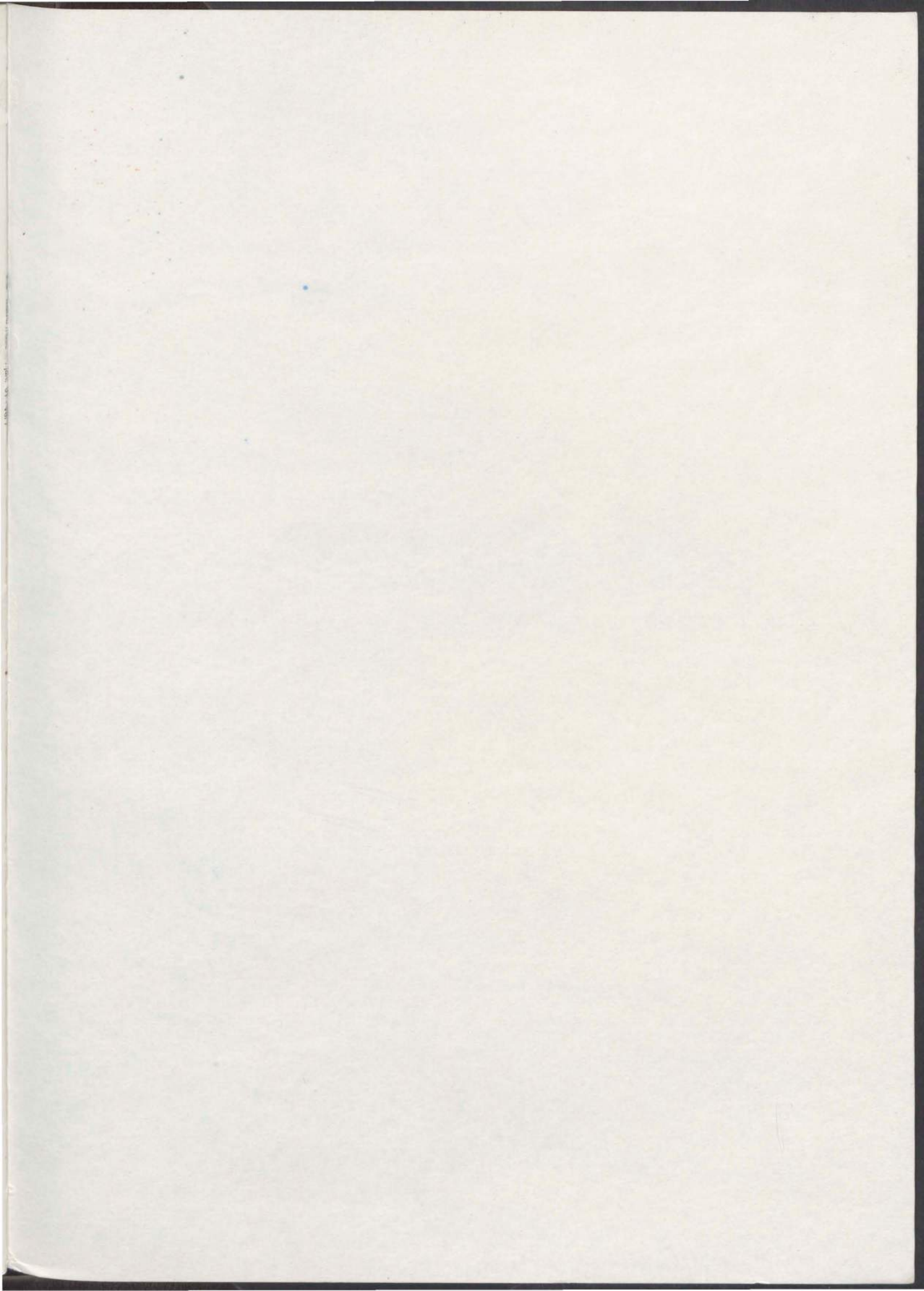
4 nummers / issues:
Nederland/België:
particulieren f 50,-
instellingen/bedrijven f 65,-
Maak dit bedrag over op giro 4412210
t.n.v. Mediamatic Amsterdam.
Abonnementen kunnen elk nummer ingaan en worden stilzwijgend verlengd tenzij is opgezegd voor verschijnen van het laatste nummer van het lopende abonnement.

SUBSCRIPTIONS

individuals Dfl.68,- (surface)
institutions Dfl.83,- (surface)
Subscriptions can start every issue and will be renewed tacitly unless terminated before appearance of the last issue of the current subscription.

DEZE UITGAVE is mede mogelijk gemaakt door een financiële ondersteuning van het Ministerie van wvc.

THIS PUBLICATION was also made possible by the financial support of The Dutch Ministry of Culture.





NL f 15 — AUSTRALIA \$ 10 — BELGIË BF 300 — BRD DM 16 — CANADA \$ 10 — SPAIN PT 1000 — GREAT BRITAIN £ 5 — USA \$ 8