

zoom zooner

een rapport over
online jeugdcultuur

de gender
expressie editie



The Hmm



Intro-
ductie

3



This is who
you're being
mean to

8



Een veldgids
voor de feed

15



Online is
iedereen
een meisje

21



De beste
versie van
jezelf

27



Algoritmische
identiteiten

34



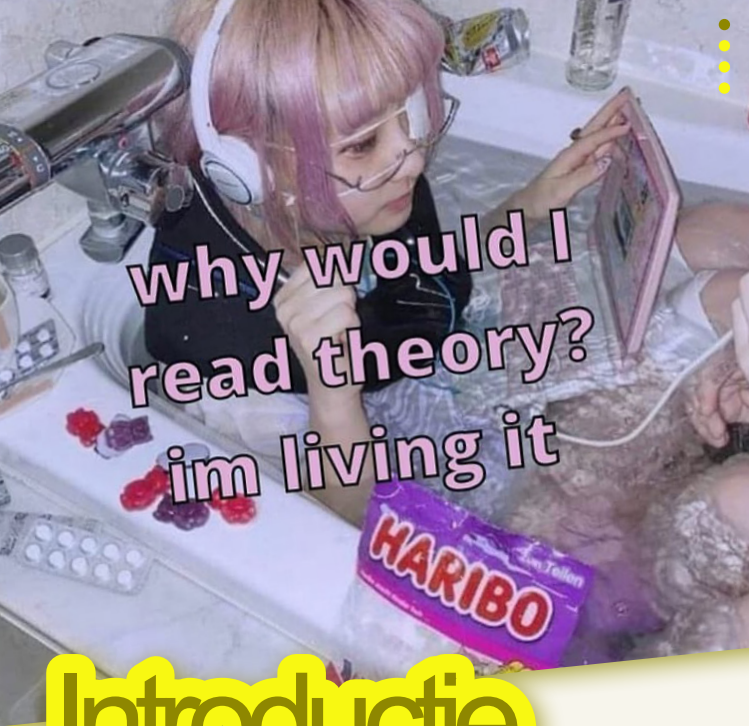
Techniek-
hater of
techno-
utopist

38



Woorden-
lijst

43



Introductie

Zodra jongeren en het internet in één adem worden genoemd, slaat het gesprek vaak om in paniek. Met welke nieuwe *challenge* worden middelbare scholen overspoeld? Welke trend tast hun hersenen aan? Welk algoritme kaapt hun aandacht? Het is altijd hetzelfde verhaal, een verhaal over jongeren waarin zelden de moeite wordt genomen om hen zelf iets te vragen. Bij de meeste kritiek over jongeren en digitale media worden jongeren afgeschilderd als toeschouwers van hun eigen leven. Terwijl hun gedrag wordt geanalyseerd door mensen die nauwelijks moeite doen om de platforms te leren kennen, of de jongeren die erop actief zijn.

Jeugdcultuur betekende vroeger subcultuur. Punks, gothics, ravers, emo's, het waren allemaal scenes waar je je persoonlijk bij aansloot, gebaseerd op een formule van muziek plus stijl plus een geloofssysteem. Je uiterlijk was niet alleen een samensmelting van esthetische keuzes, maar zei ook iets over wie je was en welke richting je de samenleving op wilde sturen. Om erbij te horen moest je er volledig voor gaan, zowel online als offline. Anders werd je een *poser* genoemd.



Waar is jeugdcultuur gebleven?

Dood, of gemuteerd? Het fenomeen is duidelijk veranderd. De symbolen, rituelen, *inside*-grappen, kledingstijlen; een heel proces dat zich vroeger afspeelde in slaapkamers, bij bushaltes en achterin de klas, vindt nu plaats in online ruimtes waar de hele wereld het kan zien. Dit laat veel ruimte voor speculaties, misverstanden en betutteling.



Zoom Zoomer, een rapport over online jeugdcultuur, is een uitgave van The Hmm: een platform voor internetculturen, opgericht in 2016 in Amsterdam. Al tien jaar lang verkent en viert The Hmm de creativiteit die voortkomt uit virtuele interacties en de technologieën die deze vormgeven, waarbij het online leven serieus wordt genomen. Zonder zich te laten meeslepen door de gebruikelijke paniekzaaiërij over jongeren en hun telefoons.

Vanuit haar studio op het NDSM-terrein in Amsterdam en via activiteiten door heel Nederland—ook live te volgen via livestream—bereikt The Hmm een nieuwsgierig (inter) nationaal en lokaal publiek. Ze biedt speelse, boeiende inzichten in hoe het online leven daadwerkelijk in elkaar zit, en experimenteert kritisch met nieuwe technologieën. Dit gebeurt via toegankelijke evenementen en symposia, onderzoeks dossiers en -publicaties en educatieve programma's met praktische workshops voor studenten.

Zoom Zoomer's genderexpressie editie verkent de manier waarop jongeren zich online uiten. Hoe beïnvloeden virale onlinetrends en memes de manier waarop jongeren hun identiteit vormgeven—ook los van het scherm—of hoe zij met elkaar omgaan? Welke rol speelt het internet bij het vormgeven van de toekomst van jongeren?

Voor *Zoom Zoomer* heeft The Hmm de bevindingen van haar jaarthema 2025—‘This Is Who You’re Being Mean To’, een onderzoek naar online genderexpressie—besproken met een groep van tien jongeren in Amsterdam: 15- tot 20-jarige media- en designstudenten van het ROC Amsterdam, opgegroeid met het internet en zowel actief als *lurker* en maker van content online.





Face Filters Begrijpen
@NDSM Open 2023

groupon lobotomy
@colleen_daves

When you're being mean to me this is who you're being mean to btw



amanda
@THECOOLISSUE

when you're mean to me this is what you
to



This is who
you're being
mean to

Je hebt de meme waar het jaarthema naar vernoemd is misschien wel gezien. Een kat met natte ogen of een trillende hamster, met als bijschrift: “*when you’re being mean, this is who you’re being mean to.*” Dit meme-format is een manier om jezelf uit te drukken. Het hoofdpersonage is vaak een klein wezentje met beperkte keuzevrijheid dat voortdurend onder de loep wordt genomen. In de digitale dierentuin zijn wij de dieren, die schattigheid als een kostuum kunnen aantrekken en daarin rond kunnen dwalen. Deze schattigheid is een soort digitaal pantser—gemaakt

om makkelijk te verspreiden en steeds weer dat gevoel van herkenning op te roepen. Het maakt ons onschadelijk, schattig en vrij van verwachtingen.

The Hmm's jaarthema *This is who you're being mean to* richt zich op gender expressie online. Het internet wordt vaak gezien als een ruimte waar je je identiteit kunt verkennen en kunt experimenteren met gender expressie. Tegenwoordig bestaat deze vorm van identiteitsspel naast een bredere trend die neigt naar meer cisheteronormatieve genderrollen.

Tijdens ons eerste symposium op 16 mei 2025 doken we in de Girl Online. Na de opkomst van de *girlboss* enkele jaren geleden wint vandaag de dag een passiever, schattig beeld van vrouwen terrein. Trends als *girl dinner* en *girl math* wijzen op een vorm van zelf-infantilisering. Deze verschuiving betreft niet alleen vrouwen; bij elk gender zien we een terughoudendheid om het volwassen leven volledig te omarmen, vaak gekoppeld aan economische moeilijkheden en veranderende levensverwachtingen, met name onder millennials en Gen Z.



girls will be ominous and eternally doomed but their room looks like this





Tegelijkertijd zien we dat het concept van het meisjes-zijn ook in online ruimtes in twijfel wordt getrokken, in een nieuw kader wordt geplaatst en wordt overgenomen. Je online als meisje gedragen kan een vruchtbare strategie zijn om samen te werken met het algoritme.

Maar deze gendergerelateerde manieren om onszelf te presenteren komen niet uit het niets. Het zijn reeds bestaande, kant-en-klare identiteiten die in omloop zijn en waarin we leren te kruipen. Hoe we onszelf online gedragen is daarom minder gebaseerd op individuele keuzevrijheid; in plaats daarvan veranderen we steeds sneller van vorm, naar wat het algoritme dan ook zal voeden en beschermen. Het vroege internet beloofde dat je online kon gaan en kon zijn wie je wilde. Die belofte staat inmiddels onder druk.

Voordat we het verlies van het oude internet betreuren, is het de moeite waard om stil te staan bij waarom het ooit zo belangrijk was. Voor veel mensen was het vroege, op tekstgebaseerde web de eerste plek waar identiteit—en gender in het bijzonder—verkend kon worden, los van de verwachtingen uit het offline leven. Mensen beschreven zichzelf, in plaats van zich voortdurend te laten zien. Dat liet ruimte voor ambiguïteit en verbeelding. Voor talloze jongeren bood het internet de eerste taal om te begrijpen wie ze waren.



De opkomst van sociale media veranderde deze dynamiek. *Real name policies*¹ en op beeld-gerichte platforms verbonden online identiteiten sterker aan offline identiteiten. Zelfexpressie werd publieker, blijvender, en meer onderhevig aan het oordeel van bestaande sociale kringen. Er was nog steeds ruimte om te experimenteren, maar steeds meer binnen de grenzen van een herkenbare, zichtbare identiteit.

1 Op Facebook zijn gebruikers verplicht om dezelfde naam te gebruiken als in hun echte leven.

Vandaag de dag bewonen we een algoritmisch internet. Platforms verbinden ons niet langer simpelweg met andere mensen. Ze bepalen actief mee wat we zien, wat gezien wordt, en hoe we onszelf presenteren. Aanbevelingssystemen belonen content dat voorspelbaar, boeiend en makkelijk is om te categoriseren. Dit leidt ertoe dat identiteiten leesbaarder, consistenten en soms uitvergroot worden. Naast een opbloei van gendernon-conformiteit en genderverkenning op internet, versterken deze systemen steeds meer reactionaire en cisheteronormatieve ideeën over hoe vrouwen en mannen eruit zouden moeten zien en zich zouden moeten gedragen.

Lem, 18

Inmiddels is mijn feed zo aangepast dat ik echt alleen nog maar dingen te zien krijg die ik wil zien. Ik scroll ook snel door AI-dingen heen, want die wil ik nu even niet zien.

Ik zit zo in mijn eigen niche, dat ik de algemene memes en Brainrot niet meekrijg. Maar in mijn space zijn er ook weer andere grappige memes die ik dan ken en de rest allemaal niet.

Welke platforms gebruik je?

TikTok

Twitter

CapCut

ChatGPT

SnapChat

ING

YouTube

A03

Twitch

Vinted

Reddit

Netflix

Instagram

Adobe

Procreate

Spotify

Games

9292

Pirating sites

WhatsApp

FaceApp

Discord

LinkedIn

Hayday

Pinterest

VPN

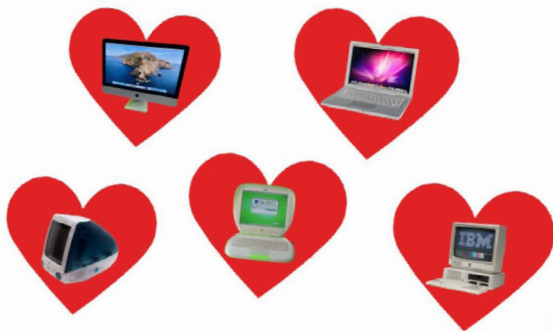
What online communities you belong to?



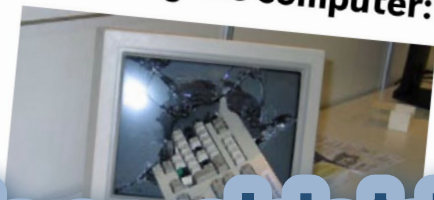
The Hmm on Online Identity
@ FOAM, Museumnacht 2024



me talking about the computer:



me using the computer:



Een veldgids voor de feed

Generatieve AI heeft het bijna gratis gemaakt om oneindige, middelmatige content te produceren, ook wel *slop* genoemd. Slop concurreert nu met door mensen gemaakte content en verdringt die steeds vaker naar de achtergrond. De *dead internet theory*², die jarenlang niet meer was dan een onheilspellende, Black Mirror-achtige samenzweringstheorie, lijkt nu de huidige stand van zaken te zijn geworden.

2 Een concept dat stelt dat het internet voornamelijk bestaat uit activiteit van bots en geautomatiseerde inhoud die wordt gemanipuleerd door algoritmische curatie.



Doom Scroll

In mei 2026 schatten onderzoekers dat er inmiddels meer online artikelen door AI worden gemaakt dan door mensen.³

De esthetische schade is nog het minste van alles. Wanneer een *feed* vol staat met synthetische gezichten en synthetische lichamen, verschuift de norm voor hoe een gewoon mens eruit hoort te zien naar het onmogelijke. Het gezicht dat het algoritme beloont, bevindt zich al halverwege tussen mens en AI-pop. Een echt, onbewerkt persoon begint over te komen als de uitzondering. Nu generatieve AI het meest gebruikte consumentenproduct van onze tijd wordt, neemt de angst dat we onze intelligentie en handelingsvrijheid steeds meer uitbesteden aan het algoritme, explosief toe.

³ <https://graphite.io/five-percent/research/ai-now-writes-as-many-online-articles-as-humans-do>



Begin 2026 was de 20-jarige looksmaxxer Clavicular overal op internet te zien. Zijn roem begon op het (niche) livestreamplatform Kick, waarna hij de overstap maakte naar de mainstream offline wereld: hij liep mee in modeshows en werd in honderden artikelen onder de loep genomen. Clavicular heeft zichzelf, zijn hele leven, geoptimaliseerd voor algoritmische aandacht. *“Het enige waar ik aan denk, is content”*, zei hij in een van zijn streams. Zijn gespierde lichaam heeft zo’n extreme vorm aangenomen dat het minder op een echt lichaam lijkt en meer op een afbeelding ervan. Voor Clavicular lijkt zijn lichaam minder iets te zijn om op een gezonde manier voor te zorgen, en meer een object om te manipuleren en te optimaliseren, hetzij door trainingen, hetzij door chirurgie. Clavicular is een voorbeeld van een algoritmisch gestuurde persona—bijna een menselijke hybride. Zoals internetonderzoeker Aiden Walker het verwoordt: *“Als alles content is, gaat het eerst om metingen en pas daarna om betekenis.”*⁴

4 <https://howtodothingswithmemes.substack.com/pl/clavicular-and-contentmaxxing>

Een aantal jongeren met wie we spraken publiceren zelf content online, en hebben hierdoor een diepgaand inzicht in hoe het algoritme werkt. Ze gaven aan dat het net is alsof je een vriend leert kennen; hoe meer tijd je ermee doorbrengt, hoe beter je leert waar het op reageert, wat het beloont en wat het negeert:

Amy, 19

Als het algoritme je echt oppikt en je video's op YouTube promoot, zul je merken dat je veel meer weergaven, volgers en abonnees krijgt.

Maar het hangt wel af van hoe actief je bent. Als ik bijvoorbeeld negen of twaalf dagen lang niets upload, stopt YouTube met het promoten van mijn video's. Dan moet je heel voorzichtig opnieuw beginnen en alles vanaf nul weer opbouwen.

Natuurlijk is niet alles slop. En doen alsof dat wel zo is, is op zichzelf ook een vorm van paniek. Als tegenreactie op het eindeloze, wrijvingsloze scrollen zoeken steeds meer jonge mensen bewust naar wrijving, noem het *frictionmaxxing*. Naast de slimme ondernemers en de *grindset*-influencers (die non-stop hosselen als levensmotto verkopen) zijn er onderzoekers en journalisten, kunstenaars en makers, docenten en therapeuten die hun kennis met de wereld delen. Natuurlijk schuilt het gevaar erin dat dit alles niet gescheiden wordt van de giftige troep; het algoritme

kent het verschil niet en, eerlijk gezegd, maakt het zich er ook niet druk om. Maar het is er, en elk eerlijk verslag bevat ook beide kanten: *brainrot* en het kind dat is begonnen met lezen dankzij een meisje op TikTok met een stapel paperbacks.

Lem, 18

Het platform dat ik het meest gebruik is YouTube.

Ik zet als ik opdrachten aan het maken ben of iets anders actiefs aan het doen ben, zet ik YouTube videos aan in de achtergrond. Dat zijn dan drie uur durende theorie video's. Of iemand die een kostuum maakt.

Ik heb ook een favoriete streamer die gamet, en kijk naar theorieën over games, het verhaal van games, hoe games worden gespeeld.

Dan luister ik er maar half naar, maar het helpt me om te focussen. Ik heb namelijk heel heftige ADHD.

Jo-Ann, 19

Ik heb geen Snapchat. Dat is een beetje uit zelfbescherming.

Wat dit met onze aandacht doet, is een apart punt van kritiek, en het punt dat de jongeren zelf het vaakst aanhalen: het doomscrollen, de uren die zomaar verdwijnen en het saaie, grijze gevoel dat achterblijft. Dat is het aspect waar zelfs de meest ervaren gebruikers vanaf willen, en dit is een onderwerp dat we in de volgende editie van *Zoom Zoomer* uitgebreider zullen behandelen.

Wat leer jij van...?





Online is iedereen een meisje

Tijdens het symposium *Girl Online* van The Hm verwoordde AI-pionier en schrijver K Allado-McDowell de inzet helder: dit zijn niet langer alleen genetwerkte identiteiten, maar volwaardige werkelijkheden. Identiteit wordt online opgebouwd en vervolgens meegenomen de straat op, naar de manier waarop mensen stemmen, via *feedback loops* en filterbubbels die kunnen omslaan in complottheorieën. En de volgende wending is al in aantocht:

Al als een biomorfische, hallucinerende technologie, waarbij niet alleen gender maar ook andere eigenschappen losraken, en identiteit helemaal uit de op de mens gerichte vormen begint te breken.

Het meisje is altijd al een fascinerend figuur geweest, zowel in popcultuur als in de theorie: *girl power*, *girlboss*, Tiqquns boek 'Preliminary Materials for a Theory of the Young-Girl' (1999), waarin gesteld wordt dat je kracht het schattigst is als die verkoopbaar is. De *girlboss*-belofte is mislukt, en het meisje is zich daar steeds meer van bewust geworden. Trends als *girl math*, *girl dinner*, *online everyone is a girl*, *I'm just a girl*, *you can't expect me to work!* laten zien dat een manier van communiceren die als vrouwelijk wordt gezien, is uitgegroeid tot een laagdrempelige, herkenbare online stijl die goed werkt, ongeacht iemands gender. Zo zijn er mannen die zo graag een *babygirl* willen zijn. De *mancave* is nu omgedoopt tot het *boy apartment*. 2023 werd uitgeroepen tot het jaar van het meisje—met dank aan de Barbie-film die dat jaar uitkwam. Deze meisjestrend is sindsdien nooit meer weggegaan.





Bernard | Professional Dog
@BowTiedBernard

Girl Math

- Under \$5? It's free
- Returned a \$50 item? Made \$50
- Returned \$50 and spent \$100 afterwards? Spent \$50
- Will never spend \$500 on Amazon but will spend \$100 five times

I'm just a girl



Lizet, 16

Clean girl aesthetic. Ja, ik was daar dus even heel erg mee bezig. Maar ik denk nu echt, dat ben ik echt niet.

De neiging is om dit te interpreteren als een stap terug: vrouwen die zich weer in het poppenhuis terugtrekken, mannen die weigeren volwassen te worden. Die interpretatie gaat voorbij aan het feit dat het ook een vruchtbare strategie kan zijn. Zo stelt onderzoeker Alex Quicho: door je klein en kwetsbaar voor te doen, draai je de normale machtsverhoudingen om. En wie zichzelf klein genoeg maakt, hoeft zich niet meer aan de regels te houden. *Bedrotting, girl resting, lazy girl jobs*, het 35-jarige meisje dat simpelweg te knap is om te werken. UvA-onderzoeker Jernej Markelj ziet deze trends als een soort passief verzet: een weigering om nog mee te spelen in een systeem dat wel de plichten van volwassenheid oplegt, maar niet meer de beloningen ervan levert.

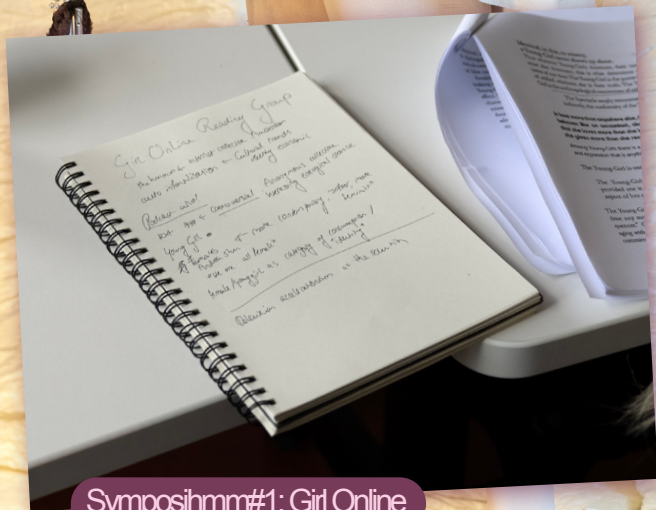
Bij het Girl Online symposium gaven Mela Miekus en Mita Medri deze trend een beschermheilige: de *silly girl*. Niet het verdrietige meisje, niet de femcel, niet de girlboss, maar de delulu-shitposter die opzettelijk roet in het eten gooit. *Sillify* betekent je taken en relaties op zo'n opzettelijk domme manier aanpakken dat de neoliberale logica ze niet kan verwerken. De overpeinzing van Amy Ireland en Maya B. Kronic over *cute accelerationism* gaat nog een stap verder: de verwijten die generaties naar elkaars hoofd slingeren—chronisch online, kinderachtig, geobsedeerd door nep-internetsubculturen—worden hier als wapen ingezet. Wat eerst bespotting was, wordt zo omgevormd tot een radicaal filosofisch plan.



Een bekende uitspraak die al jarenlang online circuleert is: “Er zijn geen meisjes op het internet”. Tegenwoordig is iedereen online een meisje. Volgens Tiqqun is ze de ideale burger van de consumptiemaatschappij, die alleen kan verleiden door zelf te consumeren.

Volgens Quicho is zij het perfecte product van het digitale platform. Het internet doet het idee van een ‘vast, innerlijk zelf’ uiteenvallen in een stroom van wisselende digitale projecties. Daardoor wordt het ‘meisje-zijn’ een soort overlevingsstrategie online: en rol die je aanneemt, waarmee je toch nog een beetje grip en eigen regie probeert te houden.

Gevangen in een web van totale blootstelling, verscheurd tussen privacy en zichtbaarheid, tussen echt zijn en ideaal zijn, is het meisje niet automatisch een bevrijdend figuur, maar juist de standaardtoestand van kwetsbaarheid vandaag de dag. In het online onderzoeksdossier van The Hmm uit 2025 keert *Socrates Stammatatos* zich van binnenuit tegen de schattige-accelerationistische sfeer. De voorliefde voor regressie—voor het worden van een object, een zachtere versie van een verkoopbaar zelf—lijkt verdacht veel op hoe het neoliberalisme emoties al tot iets verkoopbaars maakt. Het maakt overgave mooi, terwijl techno-autoritaire systemen op de achtergrond gewoon doordraaien. En wanneer de theorie zegt dat het schattig is om terug te vallen tot een object, vergeet ze stilletjes de mensen die nog steeds vechten om überhaupt als mens gezien te worden. Dat laat één vraag onbeantwoord die deze trend blijft ontwijken: wie mag hier eigenlijk een ‘meisje’ zijn? En wie wordt alleen als zodanig bekeken?



mm#1: Girl Online



De beste versie van jezelf

Als de helft van de *feed* een beeld van hulpeloosheid uitstraalt, straalt de andere helft totale beheersing uit: absolute controle over het zelf. Gymfluencers, finfluencers, hustlepreneurs, looksmaxxers: het is een zogenaamde 'bro science' die wordt gepresenteerd als de verboden kennis die 'zij' je niet willen laten hebben. Hoger onderwijs wordt steeds duurder en tegelijkertijd steeds minder vertrouwd. Ondertussen zijn de geesteswetenschappen systematisch gedevalueerd, van financiering beroofd en uitgehold. In dat vacuüm

sluip de livestreamgoeroe met een proteïneshake en een meerstappenplan.

Let eens op het achtervoegsel dat deze ideologie kenmerkt. *-maxx* betekent dat je één enkel kenmerk tot het uiterste opvoert, en het achtervoegsel kan aan alles worden toegevoegd: looksmaxxing, gymmaxxing, moneymaxxing, zelfs bedmaxxing. Het behandelt het zelf als een statistiekenoverzicht, waarbij elke eigenschap een schuifbalk is die nooit ver genoeg naar rechts staat. De figuren die in deze scene worden vereerd, zijn tegelijkertijd een ideaal om na te streven én een waarschuwing. Het zijn idolen die soms hun leven hebben gegeven voor hun fysieke vorm.

Jo-Ann, 19

Ik ben sowieso altijd trots op hoe ik ergens sta, hoe ik mezelf presenteer en hoe ik me voel in mijn eigen lichaam.

Er is een tijd geweest waarin ik al mijn eten uitkotste; dat was echt het dieptepunt. Nu merk ik dat ik bewust minder calorieën eet, omdat ik mijn spiermassa beter wil zien.

Er zit altijd een doel achter wat ik doe. Ook als ik een dag niet naar de sportschool ben geweest, denk ik: ik heb vandaag toch nog genoeg stappen gezet, en dat is ook al heel wat. Ik heb namelijk ook een lange tijd in een rolstoel gezeten, en toen kon dat allemaal niet.

Daarom ben ik nu vooral blij dat ik gezond ben en gewoon mijn leven kan leiden. Meer dan dat heb ik eigenlijk niet nodig om een succesvol leven te hebben.

Dat is denk ik waar mensen deze generatie heel erg hard aan moeten werken: eigen mentale gezondheid.

Tijdens The Hmm's symposium *The Best Version of Yourself* op 24 september 2025 onderzochten we samen met makers, wetenschappers en critici de online fitness cultuur en wellness industrie en waarom dit zo populair is geworden online. Jongeren die nu opgroeien hebben een onzeker toekomstperspectief. Studeren betekent vaak een studieschuld, een baan vinden is onduidelijk, en een eigen huis kopen lijkt haast onmogelijk. Het internet biedt een ontsnappingsroute, maar dan moet je wel meespelen met algoritmes en de heersende beautystandaarden. Jongeren behandelen het internet als een videogame: ze gamen met beauty om te overleven en geld te verdienen. Een opgepompt lichaam, of opgespoten lippen, werken goed voor het algoritme.



Tijdens het symposium zette schrijver Günseli Yalcinkaya de mechanismen uiteen: *mogging*, *mewing*, *looksmaxxing*, jagersogen versus prooienogen.

Lookism, de simplistische overtuiging dat hoe beter je eruitziet, hoe beter je wordt behandeld, valt uiteen in soft-maxxing (huidverzorging, uiterlijke verzorging en styling, wellness) en hard-maxxing (chirurgie, botvervorming, peptiden). Het voelt als het aanmaken van een personage in een videogame: versleep de schuifbalken tot de balk vol is. Door je vrienden te *moggen* kun je misschien echt geld en een hoge status verdienen, maar hoeveel je ook aan *mewing* doet, het raakt niet de eigenlijke bron van je onzekerheid. De lat wordt steeds hoger gelegd, en het hoger leggen van de lat is op zichzelf al het product.

Zodra je bent gaan geloven dat de experts oplichters zijn en dat het systeem specifiek tegen jou is gemanipuleerd, ben je het terrein betreden van de sigma-man: de eenzame wolf die zich heeft teruggetrokken uit de hiërarchie waar hij naar eigen zeggen niets om geeft, in het geheim hard werkt en aan niemand verantwoording verschuldigd is. Tegen de achtergrond van een epidemie van mannelijke eenzaamheid en een politiek van 'verwerp de moderniteit, omarm mannelijkheid' is de afslag van zelfverbetering naar oprechte onvrede kort en goed geolied. Het vreemdste deel is het overdenken waard: gender is hier zo overduidelijk competitief en gegamificeerd, dat zelfs mensen die zich volkomen op hun gemak voelen bij

hun toegewezen gender, buitengewoon secuur uitgevoerde arbeid steken in het correct performen ervan voor de camera.

Technologie vormt hoe we onszelf en elkaar zien. Onze online performance hoeft niet per se hetzelfde te zijn als hoe we ons in de fysieke wereld gedragen. Het verschil tussen fictie en realiteit is online aan het verdwijnen. Door AI gegenereerde influencers laten zien dat virtuele figuren niet alleen fictief zijn. Het zijn sociale actoren met echte culturele invloed. Tegelijkertijd passen menselijke makers zich aan aan algoritmische omgevingen die hen als virtuele personages behandelen. Veel grote influencers ontwerpen hun video's zorgvuldig om de algoritmische prestaties te maximaliseren en om zoveel mogelijk clicks te genereren en past titels en tempo aan om te optimaliseren hoelang mensen blijven kijken.

75437.jpg, 42KiB, 600x450



Anonymous Sun 10 Sep 2017
11:32:42 No.87562504

>>87559922

just your every day looksmaxxer

Wanneer vind jij het
onmogelijk om te stoppen
met scrollen?

In de trein

Tijdens een saaie les

Wanneer ik in bed lig
of stoned ben

Als ik me verveel

's avonds



Symposium#2: The Best Version of Yourself

REMINDER THAT YOU
MISSED OUT ON PRE-INTERNET LIFE

AND THERE'S NO GOING BACK

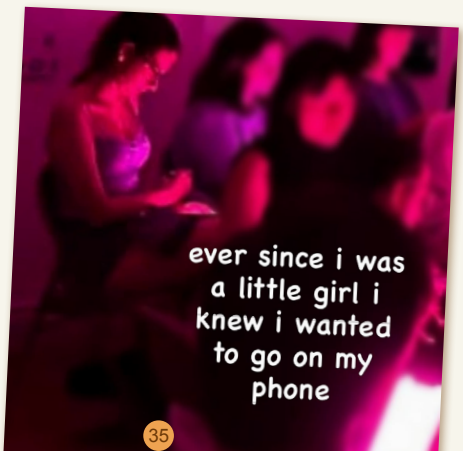
Algoritmische identiteiten

Deze twee vormen—het meisje en de hardwerkende optimalisator—lijken elkaars tegenpolen, maar toch draait alles om dezelfde onderliggende logica. Incel-taal (denk aan *hunter vs prey eyes*, *canthal tilt*) en de vrouwelijke tegenhanger ervan (*siren vs doe eyes*, *angel vs witch skull*) worden steeds vaker gebruikt, los van hun oorspronkelijke context. Dat wijst op een terugkeer van eugenetica en frenologie. Eugenetica en frenologie zijn negentiende-eeuwse

pseudowetenschappen die uiterlijke en biologische kenmerken koppelden aan menselijk gedrag en intelligentie. Zoals de schedelleer, bedacht door Franz Joseph Gall, die stelde dat iemands karakter en talenten af te lezen waren aan knobbels op de schedel. Ze werden misbruikt om rassendiscriminatie en sociale ongelijkheid wetenschappelijk te rechtvaardigen.

Ondertussen wordt genderdiversiteit—die vlak na de COVID-19-pandemie juist leek te groeien—platgeslagen tot grapjes over een fictieve huisgenoot genaamd Sok die nooit de afwas doet.

De conservatieve tegenreactie op de zogenaamde *Woke 1* (oftewel de Obama-jaren) werkt sluipend, omdat die zich nestelt in sferen en gevoelens. Elke esthetiek en elk -core-label dat je aanneemt—zelfs de onschuldig ogende, zoals *cottagecore* of *dark academia*—is niet alleen al vormgegeven en beloond door het platform, maar bestaat ook uit de data die gebruikers zelf gewillig weggeven.



[illegible]



samen kamer opruimen

cocktails

korte series

een dag in het leven

stories

goede clubs

make-up

mode

asmr

get ready with me

gym

raves

fotografie

evenementen

eten

krullen tutorials

reddit stories

nieuwsberichten

festivals

nagellak

ICE

Welke content vind je leuk?

schattige dieren

wintersport

cosplay

memes

alternatief/punk/emo

anime

grammy's

muziek

fails

67

kleding DIYs

horror

pranks

brainrot

ipad kids

kunst/tekenen

shoplogs

edits van films of series

artiesten

trends

radio reels

nieuwe steden/landen

herkenbaar

vakanties

smaak testen

fluffu's

persoonlijke verzorging

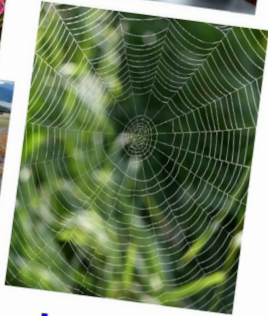
game playthroughs

mooie foto's

grappige video's

fandom materiaal

hyperlinks are



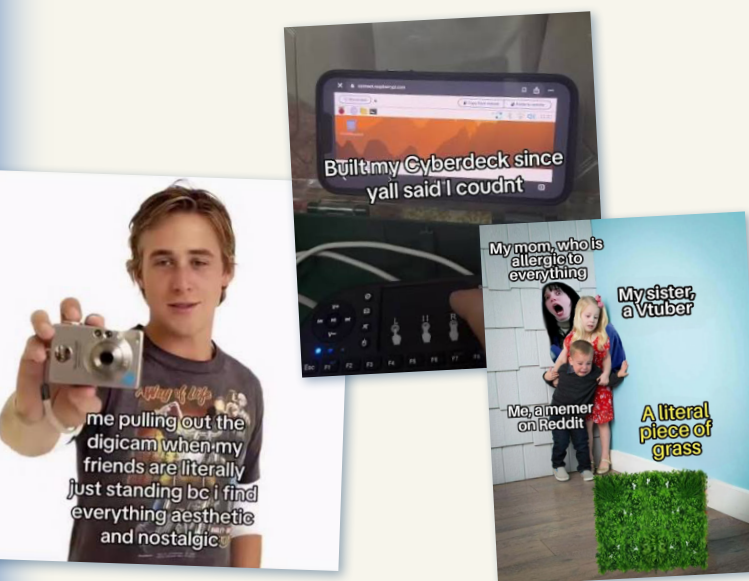
everywhere

Techniekhater of techno- utopist?

Er ontstaan kleine opstanden tegen dit systeem. Met de hand gesoldeerde cyberdecks, dumb-phones, digitale camera's, met een Riso-printer gedrukte zines of alternatieve platforms die smaak en menselijke aanbevelingen boven statistieken stellen.

Het zou gemakkelijk zijn om dit af te doen als nostalgie, en voor een deel is dat ook zo. Maar er schuilt iets

interessants achter. Voor de generatie die haar hele leven al in de *feed* heeft doorgebracht, is de radicale belofte van het vroege internet—ga online, word wie je maar wilt—niet meer spannend. Het is het water waarin ze zijn geboren. Het gras aanraken is de nieuwe grens. De platforms die millennials hebben gebouwd en waar boomers de afgelopen jaren massaal op zijn gestort, komen natuurlijk gênant over, maar de diepere beweging is een afwijzing van het platformparadigma zelf.



En er komt een koudere druk op gang onder het mom van het beschermen van juist deze jongeren. Ingrepen zoals een sociale media verbod voor jongeren onder de 16 en leeftijdsverificatieregelingen maken het langzaam maar zeker normaal dat je je identiteit moet bewijzen om überhaupt online te mogen. Het oude idee van het

anonieme of pseudonieme internet wordt vervangen door een alwetend orakel. Verkocht als kinderveiligheid, is veel ervan in feite een uitbreiding van het toezicht en een inkrimping van juist die experimentele, anonieme ruimte waarin je je identiteit kunt uitproberen—de ruimte die het vroege web in de eerste plaats de moeite waard maakte om te verdedigen.

Je beschermt de eigen inbreng van jongeren niet door die weg te nemen. Dit zijn discussies die nuance verdienen, en dat begint met jongeren opzoeken waar ze zich bevinden, en hen te zien als burgers die zelfstandig hun weg zoeken door een landschap waarin niemand eerder heeft geleefd—op hun eigen voorwaarden, *in real time*. In plaats van jongeren weg te houden van de *feed*, kunnen we beter de delen ervan bouwen die het waard zijn om voor te blijven.

David, 17

Er worden ook expres de hele heftige dingen die kinderen niet horen te zien op YouTube Kids geüpload.

Ik heb ergens gezien dat de prioriteit bij kinderen is dat ze blijven kijken. Kinderen houden van kleuren, dus ze blijven maar naar al die kleuren kijken. En als je dan de telefoon afpakt, gaan ze schreeuwen omdat ze die prikkels willen blijven zien.

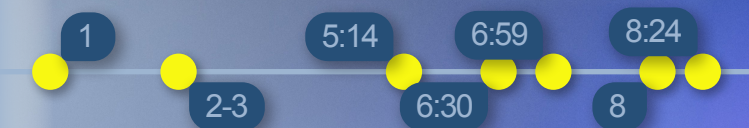
Toen ik klein was, mocht ik op zondag één uur op de iPad van mijn vader een spelletje spelen.



Workshop: Make your own Slobject

Wat is je schermtijd per dag?

in uren



getting a "i love your
brain" comment on a
post is so magical
because it's like,,,thank
you i made it myself 🥺



Woordenlijst

Deze woordenlijst biedt een niet-uitputtend overzicht van opkomende internetesthetiek, subculturen en identiteiten (in het tijdperk van de algoritmische feed, nieuwe vormen van algoritmische identiteit en FYP-subculturen). Beschouw het als je gids bij het lezen van deze zine.

Bro science

Bro science is fitness- en trainingsadvies dat niet van wetenschappers komt, maar van gespierde sporters in de gym. Zogenaamde bro's. Het is gebaseerd op sterke verhalen "trust me bro", eigen ervaringen, iets wat je zelf ergens hebt gehoord of gelezen en tradities in plaats van daadwerkelijk wetenschappelijk

onderzoek. Bro science toont veel verwantschap met de incel cultuur en met de online cultuur van fake nieuws.

Clean girl

De *clean girl*-trend is een beauty- en lifestyletrend die is ontstaan op TikTok. De trend kenmerkt zich door een intensieve verzorgingsroutine en een minimalistische, gepolijste look, bereikt door middel van huidverzorging, wellness en matiging. Critici wijzen erop dat het ideaalbeeld doorgaans slank, rijk en blank is, en dat zwarte en Latijns-Amerikaanse vrouwen al jarenlang strakke knotjes, oorbellen en glanzende lippen droegen voordat deze esthetiek als een nieuwe ontdekking werd gepresenteerd. Het past ook naadloos in de bredere *that girl*-wellnessbeweging, waarbij er *clean* uitzien staat voor een geordend leven.



Cottagecore

Een esthetiek die is ontstaan op Tumblr en TikTok en die zelfvoorziening op het platteland romantiseert: brood bakken, wildplukken, linnen jurken, huisjes omringd door wilde bloemen.

Het zet een landelijke fantasie van pre-industriële huiselijkheid om in een *moodboard* en won echt aan populariteit tijdens de lockdowns van 2020, toen het binnenblijven het buitenleven tot een ideaal maakte. Critici merken op dat de politieke ondertoon moeilijk grijpbaar is: dezelfde beelden van een boerderij en een haard kunnen worden geïnterpreteerd als queer escapisme of, een stapje naar rechts, als *tradwife*-propaganda. En het ‘eenvoudige leven’ dat het verkoopt, was zelden eenvoudig voor wie het daadwerkelijk moesten leiden. Het tegenovergestelde hiervan is de *hustlepreneur*, die elk uur dat hij wakker is te gelde maakt in plaats van de klok volledig de rug toe te keren.

Cute accelerationism (cute/acc)

Cute accelerationisme (cute/acc) is een filosofische esthetiek en internet-subcultuur die de accelerationistische theorie combineert met de esthetiek van schattigheid, bedacht door Amy Ireland en Maya B. Kronic. Het herinterpreteert het traditionele accelerationisme—het idee dat technologische en kapitalistische processen moeten worden versneld om een radicale transformatie van de samenleving af te dwingen—door te stellen dat de esthetische en psychologische kracht van schattigheid in feite een belangrijke drijvende kracht is achter deze wereldwijde versnelling. Waar accelerationisme doorgaans spreekt

in termen van macht, hardheid en beheersing, plaatst cute/acc de werkelijke kracht in zachtheid, kleinheid en de ontwapenende aantrekkingskracht van het schattige. Schattigheid werkt door tegelijkertijd zorg en overgave op te wekken, en de theorie interpreteert die hulpeloosheid als een lokmiddel in plaats van een zwakte, een manier om aandacht en verlangen te vangen die markten en machines al exploiteren.



wineandphilosophia [Follow](#)

Taking the bus: boring

Taking the bus while listening to classical music: Peasants. I'm a promising student on my way to an elite university. My wardrobe purely consists of expensive shirts and suits. I always carry a book around because I'm the epitome of intelligence. My decadent and hedonistic lifestyle will ultimately result in my demise.

Dark academia

Dark academia is een esthetiek die is geïnspireerd op romans als 'The Secret History' van Donna Tartt en 'Babel' van R. F. Kuang, films als 'Dead Poets Society' en fan-interpretaties van het Harry Potter-universum. De stroming is ontstaan op Tumblr en draait om schemerige bibliotheken, gotische architectuur en de traditionele esthetiek van de Ivy League-universiteiten. De stijl wordt gekenmerkt door tweedblazers, Oxford-shirts, leren aktetassen, vulpennen en paperbackboeken met aantekeningen, allemaal in gedempte bruin-,

crème- en bosgroentinten. Het bevoordeelt een West-Europese canon, met een voorkeur voor de geesteswetenschappen boven de exacte wetenschappen, en ademt een herfstachtige, melancholische sfeer die zich bezighoudt met sterfelijkheid en de prijs van ambitie. De stijl kristalliseerde zich halverwege de jaren 2010 op Tumblr en bereikte rond 2020 een breed publiek op TikTok, toen de lockdowns op universiteitscampussen de afgezonderde fantasie een nieuwe aantrekkingskracht gaven. Critici stellen dat het elitisme en een bekrompen, overwegend witte visie op het intellectuele leven esthetiseert.

Digital skin

Een term voor de aanpasbare oppervlaktelaag van de online identiteit: filters, avatars, VTuber-rigs, door AI bewerkte selfies en het gladde, porieloze gezicht dat de selfie-camera tegenwoordig standaard weergeeft. Het beschouwt het uiterlijk als software, iets dat wordt gepatcht en van een nieuwe *skin* wordt voorzien, in plaats van dat er in wordt geleefd. De spanning zit hem erin dat de *skin* steeds vaker voorrang krijgt op het lichaam, waarbij mensen zichzelf bewerken tot een gefilterde basis en in sommige gevallen chirurgen vragen om het filter permanent te maken. Het woord draagt bewust zijn gaming-achtergrond met zich mee. In games is een skin een

cosmetische overlay die over een vast personagemodel wordt geplaatst, een puur oppervlakkige verandering die het onderliggende lichaam onaangetast laat, en die logica beschrijft nu ook gezichten. Het sluit aan bij Snapchat-dysmorphie stoornis, de beautyfilter-economie en het afvlakken van gelaatstreken naar één algoritmisch ideaal: grotere ogen, kleinere neus, porieloze gloed. De politiek erachter draait om auteurschap en standaardinstellingen: het gladmaken is steeds vaker een opt-out-optie in plaats van een opt-in-optie, toegepast voordat je er zelf voor kiest. Het gezicht wordt een *rendering*. Het tegenovergestelde is niet zozeer het 'echte' gezicht, maar eerder het onbewerkte, wat online nu wordt gezien als een bewuste stilistische keuze.



Frictionmaxxing

In een wereld die gladgestreken is door wrijvingsloze technologie en de slaafsheid van generatieve AI, brengt frictionmaxxing met opzet weer een

gevoel van worsteling terug: koude douches, dumb-phones, handschrift, opzettelijk onhandige hulpmiddelen. Het ontleent het achtervoegsel *-maxxing* aan de looksmaxxing-stroming binnen de manosphere en richt het op het tegenovergestelde doel: optimaliseren voor weerstand in plaats van gemak. De kritiek schrijft zichzelf: wrijving wordt weer iets om te consumeren en over te posten, een premium strijd die beschikbaar is voor degenen wiens leven verder comfortabel genoeg is om er weer wat moeilijkheid aan toe te voegen.

Gender

De term gender verwijst naar de sociaal, maatschappelijke en cultureel gevormde rollen, gedragingen en identiteiten van mannen, vrouwen en andere gender-identiteiten, onderscheiden van biologische sekse. Gendertheorie onderzoekt hoe deze identiteiten en normen door de maatschappij worden gevormd, opgelegd en veranderd, met invloedrijke denkers zoals Judith Butler.

Girlboss

De term *girlboss*, ontstaan in de feministische golf van de jaren 2010 en bedacht in 2014 door Sophia Amoruso, oprichtster van het fast-fashionmerk Nasty Gal, is een inspirerende benaming voor een professioneel succesvolle

vrouw. Het beloofde *empowerment* door individuele vooruitgang en *leaning in*. Begin jaren 2020 was het concept echter geworden tot een karikatuur, toen de modellenbureaus die het verheerlijkte te maken kregen met stakingen en beschuldigingen van burn-out. De kritiek luidt dat structurele verandering werd ingeruild voor een persoonlijk merk en individueel succes in de bedrijfswereld. De ironische nakomeling ervan is de *silly girl*, dat zich volledig afzijdig houdt van het optimalisatieproject.



Girl dinner

Een schaal olijven, een stuk kaas, vleeswaren, augurken, vis uit blik en wat chocolade. Dit is geen ontbijt voor kampioenen, maar het zogenaamde *girl dinner*, dat hordes chronisch online vrouwen in leven houdt. Het werd populair gemaakt op TikTok door Olivia Maher, die haar karige bord met brood, kaas, druiven en augurken vergeleek met een middeleeuwse boerenmaaltijd. Tegen de achtergrond

van bedrot-vermoedheid, is het *girl dinner* een meme geworden die de manier van leven van een overwerkte, uitgebrande generatie symboliseert. En aangezien sommigen ons huidige regime 'technofeodalisme' noemen, is de boerenvergelijking misschien wel letterlijker dan ze bedoelde.

Girl math

Girl math gebruikt de taal van financiële geletterdheid en transformeert die in een zelfspottende grap over vrouwen en geld, subjectieve mentale snelkoppelingen en financiële rationalisaties. Voorbeelden: subjectieve mentale shortcuts en financiële rationalisaties, met een knipoog. Als je contant betaalt, of van een bestaand saldo zoals Venmo, voelt het artikel gratis aan, omdat je banksaldo niet zichtbaar verandert. Retourneer een artikel van €50, geef €100 uit aan een nieuw artikel, en je hebt in feite maar €50 uitgegeven. Alles onder de vijf euro is in principe gratis; alles waar je al voor betaald hebt, is tegen de tijd dat je het gebruikt ook gratis. De grap dook in 2023 op in een radioprogramma in Nieuw-Zeeland en verspreidde zich snel op TikTok, waar het samen met *girl dinner* en *lazy girl job* een golf van formats met het voorvoegsel *girl* bevatte die op subtiële wijze vrouwelijk gedrag satiriseren. De charme ervan schuilt in de logica: het benoemt simpelweg de sunk-cost fallacy en de mentale

boekhouding die iedereen toepast, en geeft er vervolgens een genderlabel aan voor een komisch effect. Het debat is verdeeld langs bekende lijnen. Sommigen zien het als onschuldige humor die een grap over vrouwen die slecht met geld omgaan nieuw leven inblaast, anderen als een versterking van het stereotype dat het zogenaamd bespot.

Meet Potential Person!

"I swear im goated bro, trust"

"im going to start next monday"

"If only i had more time i could achieve my dreams"

"Winter/Summer/Autumn/spring arc gonna be crazy"

give me liberty
give me fire
give me self-sabotage
or i retire





They call you 007

0 finalized projects
0 real progress in life
7 hours of tiktok
doomscrolling

Work hard to achieve your dreams? ✗

Blame everyone BUT yourself in your own mistakes ✓

"if" and "when" but never is

Hustlepreneur

Een hustlepreneur is een product van de creator-economie die zijn of haar hele bestaan financieel baseert. Bevrijd van de 'ketenen' van een reguliere 9-tot-5-baan, verdient de hustlepreneur geld met zijn of haar harde werk. Vaak genereert hij of zij rijkdom niet met een tastbare dienst, maar door blauwdrukken van zijn of haar succes aan anderen te verkopen. De *hustle* is vergelijkbaar met een piramidespel: de rijkdom stroomt omhoog, van de aspiranten, niet vanuit een onderliggend bedrijf. Het floreert door de afname van stabiel werk en de belofte van de creator-economie dat iedereen aan een vaste baan kan

ontsnappen door pure, geoptimaliseerde inspanning. Nauwe verwanten zijn de finfluencer, de dropshipping-goeroe, de crypto-aanhanger en de kwakzalver, die allemaal zekerheid verruilen voor onzekerheid.

Incel / Femcel

Incel, een afkorting van *involuntary celibate* (onvrijwillig celibatair), is iemand, meestal een man, die zijn gebrek aan seksueel of romantisch succes wijt aan een oneerlijke sociale hiërarchie in plaats van aan omstandigheden of eigen keuzes. De subcultuur heeft een uitgebreid intern jargon ontwikkeld met termen als *red pills* en *black pills*, *Chads* en *Staceys*, en *ascension*, en de meer geradicaliseerde groeperingen binnen deze subcultuur zijn in verband gebracht met geweld in de echte wereld. De femcel is het onvolmaakte spiegelbeeld ervan: een voornamelijk online vrouwelijke tegenhanger die meer wordt gevormd door zelfhaat en ironie dan door de openlijke vijandigheid die de mannelijke versie kenmerkt. Wat mede de reden is waarom de twee zelden als gelijkwaardig worden beschouwd. Beiden construeren hun identiteit, zoals de theorie van 'Othering Online Discourse' suggereert, door zichzelf te positioneren als de onbegrepen buitenstaander.

Mogging

Mogging, afgeleid van AMOG (*alpha male of the group*), is het zichtbaar domineren van iemand door middel van een vergelijking, meestal op basis van uiterlijk: naast een kleinere man staan, een rivaal overtreffen qua kaaklijn, of de meer conventioneel aantrekkelijke persoon op de foto zijn. Het maakt deel uit van het looksmaxxing-jargon van de manosphere, waar menselijke waarde wordt gerangschikt op een meedogenloos letterlijke schaal van botten en symmetrie. De kritiek is dat het elke sociale ontmoeting verandert in een ranglijst, een zero-sum-wedstrijd waaraan niemand vrijwillig heeft deelgenomen. Het tegenovergestelde hiervan zou eenvoudige aandacht zijn: naar een ander kijken zonder jezelf met hem of haar te vergelijken.



Mewing

Mewing is een techniek voor het aanpassen van de tonghouding, genoemd naar orthodontist John Mew, waarvan aanhangers beweren dat deze de kaaklijn en jukbeenderen zonder chirurgie kan hervormen door de tong tegen het gehemelte te drukken. De techniek verspreidde zich vanuit nicheforums voor looksmaxxing

naar het grote publiek. In de praktijk betekent mewing dat de hele tong plat tegen het gehemelte wordt gehouden, de tanden elkaar lichtjes raken en de lippen gesloten zijn, idealiter te allen tijde. Aanhangers combineren het met hard kauwen en ‘voor en na’-foto’s van de vooruitgang, waarmee het onderdeel wordt van het bredere looksmaxxing-project om het eigen gezicht te optimaliseren door middel van discipline. Op TikTok en YouTube is de term in de straattaal terechtgekomen, waarbij *mewing* een grappig gebaar en een afkorting voor zelfverbetering is geworden. De aantrekkingskracht is begrijpelijk: een gratis, doe-het-zelf-oplossing voor onzekerheid over het gezicht in een tijdperk van camera’s die op de voorgrond staan en een cultuur waarin uiterlijk centraal staat. Orthodontisten waarschuwen echter dat de kaakstructuur bij volwassenen grotendeels vastligt en dat eventuele voordelen cosmetisch en op zijn best marginaal zijn.



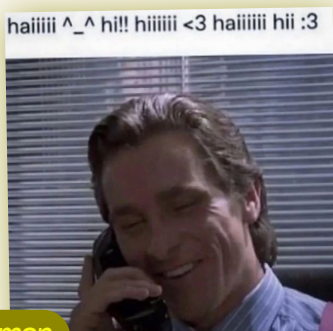
De manosfeer is een los netwerk van blogs, forums, podcasts en kanalen van influencers die verenigd zijn

door hun verzet tegen het feminisme en de gedeelde overtuiging dat de samenleving stiekem tegen mannen is gekant. Het brengt mannenrechtenactivisten, incels, ‘Men Going Their Own Way’, versierders en vadersrechtengroeperingen onder één dak samen, en er is een sterke overlap met extreem-rechts. Het gebruikt een gedeelde woordenschat, waarvan een groot deel is ontleend aan The Matrix: *red-pilled* zijn betekent de vermeende misleiding van het feminisme doorzien, terwijl *blackpill*-denken neerkomt op fatalisme over uiterlijk en status als bepalende factoren voor de waarde van een man. De economie van de manosfeer belooft figuren zoals Andrew Tate, die hun ongenoegen verpakken in betaalde cursussen, coaching en zelfverbeteringsprogramma’s gericht op jonge mannen. De doorstroom baart onderzoekers de meeste zorgen: algoritmes brengen manosfeercontent onder de aandacht van tienerjongens, waardoor ze van fitness- en datingadvies richting misogynie en radicalisering worden geleid. De opkomst ervan sluit aan bij reële angsten over het doel van de man, economische onzekerheid en eenzaamheid, die het beantwoordt door een schurk aan te wijzen. Critici merken op dat het een oprechte vervreemding diagnosticeert, maar deze vervolgens omzet in wrok jegens vrouwen.

*Prey mode*

De term *prey mode*, bedacht door girl theorist Alex Quicho, duidt op de wijdverbreide aanwezigheid van online discussies over roofdier-versus-prooi. De volgzaam prooi is kwetsbaar en bevindt zich in een evolutionair nadeel, maar de tactische passiviteit die zij aanneemt—door zich zacht, klein en ondoorgrondelijk op te stellen—kan functioneren als een eigen vorm van macht en verzet. Het benoemt een gevoelsstructuur waarin zachtheid niet simpelweg zwakte of strategie is, maar beide tegelijk. De tegenhanger van de prooimodus is het vermeende tegenovergestelde: het roofdier, met wiens openlijke dominantie de prooimodus weigert te trotseren. Het concept past in een bredere trend van online ‘meisjes’ gedrag naar het kleine en passieve, in de buurt van bimboficatie, kokette stijl en het geïnfantiliseerde register van veel vrouwelijke berichten. De politieke betekenis ervan is bewust ambivalent: de prooimodus kan worden gezien als een slimme terugtrekking uit een spel dat is opgezet om agressie uit te lokken, of als een capitulatie vermomd als verzet. Quicho’s benadering houdt

beide interpretaties open in plaats van ze definitief te beslechten. Het wint aan populariteit omdat het iets verwoordt dat al latent aanwezig is, een houding die vrouwen herkennen. De houding blijft alleen begrijpelijk zolang ze weigert zichzelf te verklaren of te bevestigen.



Sigma-man

De sigma-man, ontstaan in online masculinistische subculturen, is zowel een afwijzing van de alfa-beta-hiërarchie als de verheerlijking ervan. Hij is de zelfstandige eenling, zogenaamd onverschillig voor status en concurrentie, die buiten het hiërarchische systeem staat en te verlicht is om een spel te spelen dat hij stiekem wint. De extreemrechtse blogger Theodore Beale, beter bekend als Vox Day, wordt doorgaans beschouwd als degene die rond 2010 de sigma-vorm introduceerde in de alfa-beta-tegenstelling. De aantrekkingskracht ervan schuilt in een goocheltruc: een gebrek aan vrienden of romantisch succes wordt voorgesteld als een bewuste, elitaire terugtrekking in plaats van een mislukking.

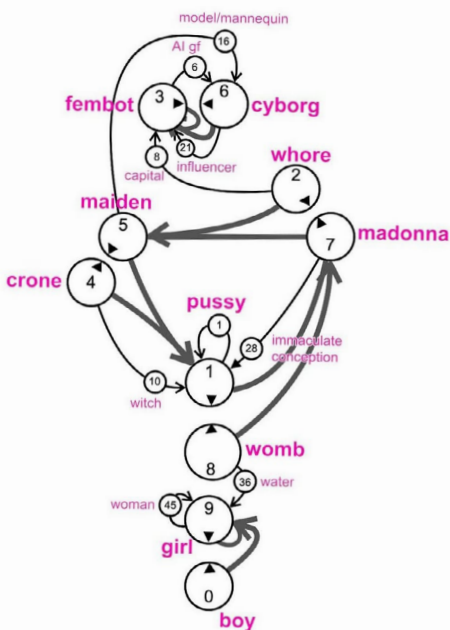


Silly girl

De nieuwste in een reeks online 'meisjes' persona's, na de *Sad Girl*, de *Girlboss* en de *Femcel*. Deze term, bedacht door Mela Miekus en Mita Medri in hun essay 'Silly Girl Theory' uit 2024, beschrijft haar als de delirium-shitposter: chronisch online, met een glinsterende vape, Twilight-fanfictie en eigenzinnige feministische theorieën lezend, astrologie uitleggend vanuit een mannelijk perspectief, en weigerend om te *hustlen*. Volgens Mela Miekus en Mita Medri betekent *sillify* een glitch in de hegemoniale manieren van doen en zijn, om acties, taken en relaties op een performatief dwaze manier uit te voeren die ingaat tegen neoliberale en patriarchale waarden. De silly girl veinst onschuld, maar is een moderne bedrieger, volledig op de hoogte.

Tradwife

De *tradwife*, of traditionele echtgenote, is een online persona die is opgebouwd rond huiselijke onderdanigheid en het naleven van traditionele genderrollen: zelfgemaakte maaltijden, veel kinderen, een echtgenoot die de rol van enige kostwinner vervult. Het profileert zich als een levensstijlkeuze en een afwijzing van het *girlboss*-verhaal over burn-out, hoewel de esthetiek ervan gemakkelijk overgaat in reactionaire en soms expliciet extreemrechtse politiek. De kritiek is dat een genre over vrouwen die zich buiten het openbare leven houden, paradoxaal genoeg een zeer publieke en gemonetariseerde mediacarrière is – het spiegelbeeld van de *girlboss* waartegen het zich afzet.



Zoom Zoomer
De Gender Expressie Editie
2025

Tekst

Eleni Maragkou

Redactie

Lilian Stolk

Sabrina Simons

August Sundgaard

Vertaling

Lilian Stolk

Onderzoek

Sjef van Beers

Margarita Osipian

Lilian Stolk

Maria Mombers

Ontwerp

Guus Hoeberechts

Deze publicatie is gefinancierd door gemeente Amsterdam, als onderdeel van het Programma Online Leefwereld Jongeren.

Een speciale dank aan

de studenten waarmee we hebben gesproken bij ROC Amsterdam, en Stimuleringsfonds Creatieve Industrie, Amsterdams Fonds voor de Kunsten en Cultuurfonds voor het ondersteunen van ons onderzoek en onze culturele programmering.

© The Hmm, 2026

Meer informatie over ons voortdurende onderzoek naar online cultuur vind je op:
thehmm.com





The Hmm on Online Identity
@ FOAM, Museumnacht 2024



The Hmm

× Gemeente
× Amsterdam