You Are The Product

Nominated Young Talent Dutch Design Week Manifestations 2024
Genomineerd Young Talent Dutch Design Week Manifestations 2024

Hosted by: Jeroen Icks - Graduate WDKA

Project Information (EN)

Why

Big Tech companies design their platforms to collect as much private data as possible, such as purchasing behavior, locations, and political preferences of their users. This data is sold and used to influence individuals without their full awareness. This is a form of digital human trafficking, of which internet users seem unaware due to the increasing use of the internet. During my research, I discovered that trading digital data can be seen as human trafficking. In theory, this is a correct term. In practice, people associate human trafficking with physical world issues like abuse or exploitation. However, it is Big Tech companies that are abusing and exploiting users in the digital world. Therefore, due to the increasing internet usage, I believe there is a need for more awareness around digital human trafficking.

How

The artwork ‘You Are the Product’ lies at the intersection of art and advertising. From the art world’s perspective, the project can be seen as a provocative piece that solely questions the factual digital human trafficking. From the advertising world, this advertisement, when promoted within the context of social media and the internet, can be used by governments, for example, to draw attention to the fact that we all need to be more conscious about our private data.

What

My research results in practice in a hybrid diptych. I created a digital campaign in which I place myself, surfing on my phone, inside a product package appealing to Big Tech companies in situations where people often use their phones. For example, while waiting for the bus. The campaign phrase “You Are the Product” is in English because it is the most widely used language on the internet. It prompts the viewer to reflect on their own data usage. During the Dutch Design Week, ‘You Are the Product’ comes to life. The digital advertisement becomes a real-life interactive advertisement, referring to my research. I essentially bring the advertisement one-to-one out of the digital context and place it in the physical world. This turns the digital advertisement inside out. As a result, ‘You Are the Product’ becomes a diptych that moves back and forth between the digital and physical worlds, just as internet users are present both physically and online.

Projectinformatie (NL)

Waarom

Grote technologiebedrijven ontwerpen hun platforms om zoveel mogelijk privégegevens te verzamelen, zoals het koopgedrag, locaties en politieke voorkeuren van hun gebruikers. Deze gegevens worden verkocht en gebruikt om individuen te beïnvloeden zonder hun volledige bewustzijn. Dit is een vorm van digitale mensenhandel, waar internetgebruikers zich door het toenemende gebruik van het internet nauwelijks van bewust lijken te zijn. Tijdens mijn onderzoek ontdekte ik dat het verhandelen van digitale gegevens kan worden gezien als mensenhandel. Theoretisch gezien is dit een correcte term. In de praktijk associëren mensen mensenhandel echter met problemen in de fysieke wereld, zoals misbruik of uitbuiting. Maar het zijn de grote technologiebedrijven die gebruikers misbruiken en uitbuiten in de digitale wereld. Daarom denk ik dat er door het toenemende internetgebruik meer bewustwording nodig is rondom digitale mensenhandel.

Hoe

Het kunstwerk ‘You Are the Product’ bevindt zich op het snijvlak van kunst en reclame. Vanuit het perspectief van de kunstwereld kan het project worden gezien als een provocatief werk dat vragen stelt bij de feitelijke digitale mensenhandel. Vanuit de reclamewereld kan deze advertentie, wanneer gepromoot binnen de context van sociale media en het internet, bijvoorbeeld door overheden worden gebruikt om de aandacht te vestigen op het feit dat we ons allemaal bewuster moeten zijn van onze privégegevens.

Wat

Mijn onderzoek resulteert in de praktijk in een hybride tweeluik. Ik heb een digitale campagne gecreëerd waarin ik mezelf plaats, surfend op mijn telefoon, in een productverpakking die aantrekkelijk is voor Big Tech-bedrijven, in situaties waarin mensen vaak hun telefoon gebruiken. Bijvoorbeeld terwijl ze op de bus wachten. De campagnetekst “You Are the Product” is in het Engels, omdat dit de meest gebruikte taal op het internet is. Het zet de kijker aan om na te denken over hun eigen datagebruik. Tijdens de Dutch Design Week komt ‘You Are the Product’ tot leven. De digitale advertentie verandert in een interactieve live-advertentie, die verwijst naar mijn onderzoek. Ik haal de advertentie letterlijk één-op-één uit de digitale context en plaats deze in de fysieke wereld. Hierdoor wordt de digitale advertentie binnenstebuiten gekeerd. Als resultaat wordt ‘You Are the Product’ een tweeluik dat heen en weer beweegt tussen de digitale en fysieke werelden, net zoals internetgebruikers zowel fysiek als online aanwezig zijn.

Image List

Filename	Caption	Credit
jeroen-icks-you-are-the-product-jeroen-icks-300dpi-1726258470-1800x1010-kopie_1727420332.jpg	You Are The Product, Bus Stop (2024)	

The images above are included in the ZIP under `/images`.