



DE MACHT VAN TWITTER



Twitter zit in het oog van wat we hier in het Westen de Arabische revolutie zijn gaan noemen. We stellen ogenschijnlijk vast dat Twitter, en bij uitbreiding Facebook, Google en andere sociale media verantwoordelijk zijn of op zijn minst een grote bijdrage hebben geleverd aan de mobilisatie van de respectievelijke bevolkingen van elk van de Arabische landen waar momenteel interne onrust heerst. Ondertussen verschijnen er artikels over deze mediatools, die eigenlijk nog op hun doorbraak als gemeengoed zaten te wachten. Het instrument weet nog niet waar het naar toe gaat en iedereen die zich van de sociale media bedient, weet eigenlijk ook nog niet heel goed wat de bedoeling ervan is.

Een kleine reflectie over deze nieuwe mediatools.

Enkele observaties:

- de introductie van Twitter en de andere sociale mediatools wordt op gejuich onthaald door een deel van de samenleving. Het juichend deel omvat meer jongeren dan ouderen en dit is deels te verklaren door de grotere affiniteit van die jongeren met de internettechnologie en door de grotere affiniteit van diezelfde doelgroep met het openbaar maken van hun levenswandel. Niettemin bevinden zich onder de actieve gebruikers van deze media ook de al oudere burgers. De grote voordelen van de sociale media vind je als volgt opgedeeld:
- vrijheid van informatie en communicatie, zonder sturend en bepalend or-

MENSEN PASSIE
BEGELEIDEN
SAMENWERKEN
AUTEUR SPREKER
BELEVING OPLEIDING
BETROKKENHEID
VERTROUWEN

www.jenspas.be

jenspas
Hollestraat 2
3060 Korbeek-Dijle
T +32 16 89 59 49
linda@jenspas.be

gaan (vandaar dat elke vorm van ethisch inmen- gen zoals van de Facebook-leiding, direct zwaar becommentarieerd wordt). Power to the people in het digitale tijdperk, zeg maar.

- bevordering van creativiteit als gevolg van de grote uitwisselings- en kruisbestuivingsmoge- lijkheden
- verhogen van de actualiteitsgraad van de (wereld)informatie

Het niet-juichend deel van het publiek, zonder het publiek te willen opdelen in een strikte classificatie, roept verschillende redenen aan voor hun bezorgd- heid:

- overbelichting van de privé sfeer die zowel over- bodig is vanuit functioneel standpunt als mis- plaatst vanuit een huidig geldend ethisch stand- punt
- lage kwaliteit van de inhoud van informatie ten opzichte van een huidige standaard
- informatie-tsunami die het echte nuttige com- municeren verstoort
- geheel vrije communicatie is gevaarlijk voor de organiserende structuren van de samenleving en ondermijnend voor diegenen die hun maat- schappelijke (machts)positie hebben verworven op basis van gecontroleerde informatie

Wie het lijstje bekijkt, stelt vast dat deze voor- en nadenen ook al golden toen de Bijbel voor het eerst van- uit het Latijn naar de taal van het volk werd vertaald, toen het dagblad, later het onafhankelijk dagblad, het licht zag, met in haar kielzog de burgerpamfletten, toen de vrije radio's gingen uitzenden en uiteraard toen het internet als basisinfrastructuur het licht zag. Steeds weer keerden dezelfde argumenten voor en tegen terug. Hieruit kunnen we alvast besluiten dat er veel "niet nieuw" is aan de rol en betekenis van de sociale media.

Wie de communicatie verder over- schouwt van boodschapper over kleitablet en papyrusrol, manu- script, drukpers, telegraaf, radio, televisie en internet stelt het vol- gende vast:

- Nieuwe technologie heeft steeds tot gevolg ge- had dat de informatie-uitwisseling steeds uitge- breider werd, zowel in het bereiken van het pu- bliek, als in de snelheid waarmee informatie werd uitgewisseld, als in de verbanden die tus-

sen informatiebronnen kon worden gelegd. De mens heeft dus een niet-aflatende belangstel- ling om over alles op elk ogenblik op de hoogte te willen zijn.

- Wie het medium beheert, of er eigenaar van is, wordt telkens rijk en verwerft macht over de samenleving (en zal dus doorgaans tot de groep tegenstanders behoren van de steeds meer de- mocratische informatiemedia).

Zien we verder structurele gevolgen in onze samenle- ving als gevolg van de twitterende wereld?

De ogenschijnlijke vervlakking van de samenleving (we twitteren met z'n allen heel veel over banaliteiten) is

Maar waarom zou een door een pries- ter of professor bevestigd stuk infor- matie juister of kwalitatiever zijn dan informatie die door duizenden, hon- derdduizenden mensen werd aange- stipt, bevestigd, bekeken of gelezen?

geen vervlakking. Het is van alle tijden dat er gekwet- terd wordt. Dat was zo bij de Grieken en dat is nu ook zo. Alleen is het kwetterend volume exponentieel ge- groeid waardoor de meer diepgaande gesprekken min- der zichtbaar zijn. Maar ze zijn er nog steeds en ze zijn ook met veel meer dan vroeger. Iedereen heeft nu im- mers toegang tot kennis en is hierover gaan nadenken. Kennis en wetenschap zijn, als gevolg van de informa- tiedemocratisering ook zelf heel toegankelijk gewor- den.

Het begrip kwaliteit en juistheid is in haar definitie ver- anderd. Kwaliteit en juistheid werden vroeger bepaald door het feit dat het gedrukt of geschreven werd. De priester en paus bepaalden de kwali- teit en de juistheid en later de over- heid, de wetenschapper en de pro- fessor. Nu wordt kwaliteit en juist- heid afgeleid uit de populariteits- plaats die een brok informatie op- neemt in de hitlijsten van het inter- net. Hoe hoger op de zoekresultaten- pagina van Google, hoe meer hasht- aghits in Twitter, hoe juister de informatie wordt aan- zien. Tegen dit laatste verschijnsel ontstaat bijzonder veel weerstand en argwaan, die opnieuw ogenschijn- lijk terecht lijkt. Maar waarom zou een door een pries- ter of professor bevestigd stuk informatie juister of



kwalitatiever zijn dan informatie die door duizenden, honderdduizenden mensen werd aangestipt, bevestigd, bekeken of gelezen? Kuddegedrag is hier zeker een aandachtspunt. Niets is zo gevaarlijk voor en democratie als een grote groep mensen die gewoon allemaal hetzelfde (gaan) denken. De waarde van een democratie wordt bepaald door de diversiteit en onafhankelijkheid van haar bevolking. Zodra het aanhangen van de meest populaire mening bepaalt wat de plaats is van de aanhanger in de samenleving, komt deze diversiteit en onafhankelijkheid in gevaar. Ik ben dan ook zeer huiverachtig tegen lijstjes die aangeven hoe vaak je populair bent.

De machtigen van weleer, die hun imperium bouwden op basis van informatiebezet, of bezit van het medium waarlangs de informatie verspreid wordt, nemen in

Het zal meer dan zaak worden om ons vermogen om informatie te zoeken, te filteren en te combineren verder te ontwikkelen. Ik maak me evenwel sterk dat deze ontwikkeling als een natuurlijk proces zal gebeuren.

aantal af. We mogen dan wel op zoek gaan naar de nieuwe machtsbastions bij Google en Facebook, deze organisaties interageren helemaal anders dan de vroegere informatieorganisaties. Lezers en gebruikers van deze media zijn niet meer gebonden aan het medium en de lezers zijn, deels als gevolg van de technologie, maar ook deels als gevolg van de meer ontwikkelde samenleving, zelf medium geworden. De krant, dat is vandaag uw blog, het nieuwsbericht is vandaag uw tweet. De snelheid waarmee Facebook, Google en Twitter zijn ontstaan, correleert met hun vluchtigheid. Ze kunnen even snel vervangen worden door andere verder gevorderde communicatiekanalen.

Tot die oude kennismachtigen behoren ook alle bedrijven die steeds zorgvuldig hebben gewaakt over hun communicatie, die met een strak en centraal georganiseerd beleid over hun producten en diensten hebben gecommuniceerd. Dat zijn dus eigenlijk alle bedrijven. Bedrijven vandaag hebben het moeilijk om te aanvaarden dat zij niet meer beslissen wat er over hen wordt gezegd en geschreven. Ook deze machtscentra, die na de industriële revolutie onze samenleving zijn gaan bepalen, verliezen terrein.

Wat kan de toekomst brengen?

Enerzijds is er de neiging om te zeggen dat we niets meer kunnen voorspellen. Vijf jaar geleden had immers niemand kunnen denken dat we vandaag een constante stroom van kwebbels naar elkaar zouden sturen en dat deze dan nog eens een bepalende stem zouden worden in de politiek en daarbuiten. Hoe kunnen we dan de volgende doorbraak à la Twitter of Facebook inschatten? Het klopt dat we het volgende product niet zullen kunnen voorspellen, maar dit is ook niet bijzonder. We hebben nog nooit de maatschappelijke impact van informatie-uitwisseling echt kunnen inschatten.

Anderzijds mogen we er wel vanuit gaan dat onze ondertussen bewezen en gekende drang naar open en vrije informatie-uitwisseling zal blijven groeien naarmate de technologie zich verder ontwikkelt.

Die technologie ontwikkelt zich volgens enkele assen:

- Toegankelijkheid van de technologie. Computers en netwerken blijven steeds meer mensen bereiken en de integratie in onze dagelijkse handel en wandel is nog niet gestopt.
- De miniaturisatie van de technologie die enerzijds de toegankelijkheid, hierboven aangestipt, ondersteunt, maar ook steeds meer nieuwe toepassingsdomeinen inpalmt.
- De exponentiële evolutie van de technologie als gevolg van haar eigen ontwikkeling. Elke technologische vernieuwing veroorzaakt steeds sneller een technologische vernieuwing.

Het zal meer dan zaak worden om ons vermogen om informatie te zoeken, te filteren en te combineren verder te ontwikkelen. Ik maak me evenwel sterk dat deze ontwikkeling als een natuurlijk proces zal gebeuren. Niemand heeft ooit gevraagd om Google maar Google kwam eraan omdat er een nood was.

En tot slot mogen we evenmin uit het oog verliezen dat één verandering sluipend, maar met de geruisloze snelheid van een luipaard, op ons afkomt: de vijf miljard mensen die nog niet online zijn, zullen ook beginnen twitteren en mailen. De impact van dergelijk volume en diversiteit van informatie-uitwisseling overstijgt letterlijk ons menselijk bevattingsvermogen. Exponentieel denken kunnen we niet, laat staan dat we exponentiële diversiteit begrijpen.

Coda

En wat met **emotionele informatie**? Het bovenstaande betoog wekt de indruk dat informatie altijd uitgedrukt kan worden in bits en bytes, in cijfers en letters. Hoe zit dat nu met geluk, woede en ontroering? Onze samenleving drijft immers ook op emotionele informatie-uitwisseling. De recente gebeurtenissen rond de Arabische Revolutie, waarmee deze tekst begon, zijn een illustratie van zowel uitwisselen van feitelijke als ook emotionele informatie. En alhoewel een ooggetuige die midden in een betoging zit, zowel meer weet als meer aanvoelt van wat er in zo'n optocht gebeurt, toch kunnen ook diegenen die via mediakanalen geïnformeerd worden emoties voelen en uitwisselen. Je hoeft maar de lezersfora van onze eigen dagbladen te lezen om te merken hoe men erin slaagt om ook emoties weer te geven en vooral op te roepen.

Uiteraard is er één emotie die zich niet via netwerken verspreid. Het is één iets om woedend te worden bij het lezen van een stuk over een onrechtvaardigheid, het is van een geheel andere orde om een eerder mystiek of transcendent gevoel van verbondenheid te ervaren. Diepgelovigen kunnen naar de radiomis luisteren, maar hun spiritueel gevoel ontstaat naast de radio, niet via de radio. Astronomen kunnen via satellieten steeds meer sterren tellen, maar hun verwondering, hun verbijstering en het gevoel van hun onvermogen om alles te kunnen verklaren, is een persoonlijke beleving.

Twitter is niet machtig. En Facebook is dat niet. Als er al macht moet worden aan toegekend, dan is het de macht van het mercantiele en deze is vluchtig. Vandaag is Twitter zes miljard dollar waard, maar morgen is dat weer helemaal anders. En enkel voor wie overmorgen een Ferrari wil kopen, is die actuele marktwaarde relevant. Maar wie over de samenleving wil nadenken, hoeft niet stil te staan bij de specifieke macht van het internet en haar instrumenten. Wie zoekt naar een goede manier om te leven in dit informatietijdperk, kan beter leren surfen op de golven van onze informatiewereld, dan proberen de data vast te grijpen. Je kan water ook niet in je handen vasthouden.

Zingem, 28 februari 2011
Jens Pas