

Zijn de sociale media altijd sociaal?

Door: Kees Kok

Media is meervoud van medium. Ik word altijd een beetje kriegel als mensen zeggen: 'de media is'. De media zijn. En er zijn vele media, altijd geweest. Het orakel van Delphi was een van de beroemdste. Media waren voorheen meestal mensen: tussenpersonen. Zij brachten berichten over van de ene mens naar de andere, en vaak ook van de ene dimensie naar de andere. Dat gebeurt nog steeds, soms op verheven (de dominee), meestal op banale wijze (de veredelde waarzegsters van RTL). En niet zelden gaat er bij dat overbrengen iets mis: het medium vervormt het bericht, vergroot het uit, voegt er iets aan toe, als een kok in de keuken. Wat dan bijvoorbeeld als meel wordt aangeleverd wordt als brood afgeleverd. Want nieuws moet wel te pruimen zijn. Sommige media maken er chocoladeletters van. Ze kruiden hun berichtgeving met ideologie en bijbedoelingen.

Waren de media tot voor kort vooral een maatschappelijke (sociale) aangelegenheid, aangestuurd door maatschappelijke groeperingen, politieke partijen, regeringen, religieuze gemeenschappen enzovoort, de zogenoemde 'nieuwe sociale media' zijn de geïndividualiseerde en geprivatiseerde vorm van de oude. Iedereen is nu medium of kan zich als zodanig opwerpen. Je creëert je eigen website, je eigen face, link, log, plaatst daarop je eigen nieuws en stuurt het naar je zelfgekozen peergroup. Wat vroeger telegram heette en alleen vanuit het plaatselijke postkantoor van de PTT elektrisch kon worden verzonden – kort kort lang lang kort lang -, heet nu SMS en Twitter, en vliegt nu – hyperdepiep - langs de digitale snelweg van I-phone naar I-phone .

Toename van communicatiemogelijkheden

De toename van de communicatiemogelijkheden en -modellen heeft geleid tot een gigantische toename van de communicatie. Niemand zal ontkennen dat deze kwantitatieve sprong voorwaarts tevens een kwalitatieve kan zijn. Dat is de vrijheid, de gelijkheid en de broederschap van de digitale revolutie. Maar net als bij de Franse revolutie hebben al die voordelen ook hun nadelen.

Wie de vrijheid niet aankan, raakt verslaafd. De sociale media kunnen worden gemanipuleerd of geblokkeerd, om financiële of politieke redenen. Cyberterrorisme en cyberpower zijn kinderen en kleinkinderen van Big Brother, de Sicherheitsdienst, de KGB en de CIA.

De gelijkheid kan een enorme vervlakking en versimpeling tot gevolg hebben: informatie wordt verkort en samengevat, feiten ontdaan van hun historische diepgang en betekenis. Iedereen mag zijn mening over van alles geven, iedere mening telt, ook al is hij nergens op gebaseerd. Verstand hoeft je nergens meer van te hebben, je googelooft 'kennis' stante pede bij elkaar – een soort fantoomkennis. Het wordt steeds moeilijker om achter de informatie-overload de ware werkelijkheid te ontdekken.

De broederschap en zusterschap die met Facebook, LinkedIn, en via getwitter wordt gesuggereerd, ontardt vaak in een oerwoud van oppervlakkige contacten en zinloos exhibitionisme. Net als in de evolutie zijn het de sterksten (van geest) die overleven. Zwakkere broeders en zusters die in hun eenzaamheid hun toevlucht zoeken op het internet, lopen het risico 'ontvriend' te worden. Want voor velen – de meesten? – telt niet de diepte van de vriendschap, maar de hoeveelheid vrienden en volgers.

Krant en televisie zijn trage sukkels

Als een van de voordelen van de sociale media wordt vaak de snelheid geroemd waarmee nieuws zich verspreidt. Krant en televisie zijn trage sukkels die al gauw een paar uur achter op de Twitters aanlopen. Dat kan in extreme gevallen natuurlijk een voordeel zijn. Nadeel is echter dat het snelle nieuws vaak hijgerigheid en hypes, en steeds meer behoefte aan steeds meer nieuws genereert. Het nieuwe van het nieuws devalueert door letterlijke ver-veling. Er wordt niet meer geschift, geordend, alles wordt even (on)belangrijk.

Sportevenementen, politieke slippertjes, BNN-lief en leed groeien uit tot nieuwsgezwollen, waardoor werkelijk belangrijk nieuws wordt verstikt, verwaarloosd. Terwijl de wereld globaliseert en de onderlinge economische en ecologische afhankelijkheid van landen, volkeren en werelddelen toeneemt, kruipen Twitteraars en Facebookmakers in hun peer- en vriendenclusters in hun eigen digitale spiegelwereld knusjes bij elkaar, en vinden alles 'leuk' of minder leuk. Ook hier geldt: er zijn er die daarbij en daarnaast even vrolijk kosmopoliet zijn en blijven, maar als ik om me heen kijk, zie ik toch steeds meer van die leuke verveling. En die is ook doorgedrongen tot de ouderwetse televisie, met hun interactieve websites, tweede schermen, en vooral ook veel 'leuk' nieuws en oppervlakkig geklets. Bedrijven en particulieren investeren kapitalen in zinloze communicatie, in non-communicatieve communicatie.

Ik weet het: al deze nadelen golden en gelden ook voor de ‘oude’ sociale media, van brief tot televisie. En ook naast de nieuwe sociale media bloeien de vriendschappen als vanouds, wordt er door velen nog steeds hard gestudeerd om, met Google als nuttige assistent, zelf diepgaand kennis te verwerven, en kunnen velen hun vrijheid heel goed combineren met een verstandig gebruik van alle beschikbare macs, pods en pads en apps.

Mediavrije zones

De negatieve gevolgen zijn, zoals alle negatieve gevolgen van nieuwe (uit)vindingen – van boekdrukkunst tot buskruit -, echter geen verwaarloosbare bijeffecten, maar serieuze collateral damage. En de grote vraag is: hoe kunnen we de schade beperken en misbruik of erger voorkomen. Die vraag gaat ieders individuele verantwoordelijkheid te boven, hoezeer ook ieder individu persoonlijk verantwoordelijk is. Optimisme is in deze prachtig, realisme beter. Er zouden mediavrije zones moeten worden ingesteld, plekken waar directe communicatie, ‘van aangezicht tot aangezicht’ wordt gevoerd, waar kennis van mond tot mond wordt uitgewisseld en getoetst, waar informatie uit de eerste hand wordt gegeven.

Dat zou natuurlijk allereerst voor de huiskamers moeten gelden. Als je ergens op visite gaat, naar een verjaardagsfeest of een andere familie-aangelegenheid, zou de stilzwijgende afspraak moeten zijn dat de media-apparatuur met de jassen aan de kapstok worden gehangen. De school lijkt mij ook een voor de hand liggende plaats voor sociale mediastilte. En treincoupés, waar je nu al belvrije rijtuigen hebt. Want ‘sociaal’ zijn de sociale media niet op voorhand. Het ‘sociale’ ervan bestaat slechts in de mogelijke reikwijdte. ‘Sociaal’ is echter allereerst een gezindheid, en een gezindheid veronderstelt een directe relatie, verantwoordelijkheid, ontmoeting, commitment, of met een ouderwets woord: solidariteit. En die gezindheid kan men op geen enkele wijze digitaliseren.

Tenslotte

Velen zullen bovenstaande overwegingen gezeur vinden van een oude man die zelf kennelijk geen gebruik maakt van al die nieuwe sociale media. Klopt, ik ben weliswaar geen digibeet, en zo nodig google ik er lustig op los, maar verder ben ik een boeken- en papiermens en zal dat gezien mijn leeftijd wel blijven. Dat heeft voor mij te maken met diepgang en het zonder digitale vliegwielen rustig en overwogen maken van onderscheid tussen zinvolle en zinloze informatie, die al of niet past in een geduldig opgebouwde visie op de wereld en de mensen. Daar is tijd voor nodig en rust, geen haast, geen onmiddellijk hier en nu. Aan

de bomen en op de akkers zullen de vruchten en gewassen nooit in één nacht uit de takken en aarde komen. En dat is maar goed ook.



Kees studeerde theologie aan de toenmalige Katholieke Theologische Hogeschool van Amsterdam. Na zijn studie ging hij werken bij de Stichting Leerhuis & Liturgie, eerst als studiesecretaris en van 2002 tot 2011 als directeur.

In De Nieuwe Liefde coördineert hij alle projecten op het gebied van leerhuis en liturgi(sch)e (muziek). De Nieuwe Liefde is een centrum voor studie, bezinning en debat.

Website: denieuweliefde.com