



Lees
nrc•next

Bespaar
tot **41%**

Ga naar nrc.nl/abo



FOTO DAVID GALJAARD

Twée dagen offline. Kun jij het?

De Slow Tech-beweging
waarschuwt voor de
toenemende verslaving
aan sociale media.

▶ pagina 4&5

DE ZWARTE KANT VAN SOCIALE MEDIA

Het rapport *De zwarte kant van sociale media* vat de kritiek van de Slow Tech-beweging samen in tien gevaren voor de *homo digitalis-mobilis*.

1 Sociale media maken ons dom
We vergaren kennis hoofdzakelijk in versnipperde, korte fragmenten, die gelijktijdig op ons afkomen. Menselijke hersens zijn, in tegenstelling tot computers, niet goed in multitasking. Zonder focus daalt de productiviteit, terwijl we juist denken productiever te zijn.

2 Sociale media maken ons asociaal
We gebruiken de online wereld om ons af te zonderen in het dagelijks leven. Tijdens vergaderingen, etentjes, in de trein zitten we met ons hoofd heel ergens anders. Daardoor gaan sociale vaardigheden verloren, zoals een gesprek voeren, interesse tonen en luisteren naar de ander.

3 Sociale media stimuleren verkokering en egotripperij
Veel online informatie wordt gefilterd op basis van bestaande interesses en voorkeuren van vrienden. Daardoor blijf je in hetzelfde kringetje rondraaien. Bij statusupdates ligt narcisme op de loer: om een (positief) beeld in stand te houden, reacties uit te lokken of belangrijk te zijn.

4 Sociale media maken ons geestesziek
De continue verbinding met de online wereld werkt verslavend. We zijn bang iets te moeten missen van het enorme aanbod aan digitale media en berichten. Maar de overdaad aan informatie veroorzaakt tegelijkertijd irritatie, stress en overbelasting: digitale dementie.

5 Sociale media tasten het geheugen aan
Surfend van link naar link gebruik je vooral je kortetermijngeheugen. Dat gaat ten koste van het langetermijngeheugen, dat zorgt voor context, reflectie en creativiteit. We onthouden vooral waar we iets kunnen vinden, niet wat we hebben gezien. Er is verwerkingstijd nodig om kennis daadwerkelijk te absorberen.

6 Sociale media manipuleren
Cybercriminelen misbruiken sociale netwerken om je vertrouwen te winnen en zo toegang te krijgen tot je geld. Bedrijven gebruiken sociale media om concurrenten te dwarsbomen, beurskoersen te beïnvloeden of de publieke opinie te manipuleren.

7 Sociale media voeden Big Brother-achtige situaties
Nu we massaal online 'leven', kunnen daar sentimenten, trends of zelfs voorspellingen uit gedestilleerd worden. Zo zouden opsporingsinstanties Twitter en Facebook in de gaten kunnen houden, om misdrijven en aanslagen te voorkomen. Maar ze zien dan ook steeds wat jij doet.

8 Sociale media zetten aan tot terreur
Bij de Facebookmoord, maar ook de rellen in Londen, werden sociale netwerken ingezet om mensen op te ruien. Niet voor niets was 'Project X', de naam die op Facebook werd gegeven aan de veldslag in Haren, het woord van 2012.

9 Sociale media voeden sensatiezucht
Ook op een realtime medium trekken rampen en spectaculaire berichten – zelfs als ze niet waar zijn – de meeste aandacht. *Retweets* en *likes* hebben een zelfversterkend effect, context ontbreekt vaak en berichten gaan een eigen leven leiden.

10 Sociale media bedreigen privacy en creativiteit
Facebook en Google+ dwingen je je eigen identiteit aan te nemen. Het wordt inmiddels normaal geacht om jezelf te zijn op internet. Privacy mag dan 'dood' zijn, je bewegingsvrijheid op het web is groter als je anoniem bent.



FOTO CORBIS

En nu gaat-ie uit

Ik vond het uiteindelijk helemaal niets

Wie: Rob Boogaards (52)
Wat: Directeur van een bedrijf
Hoe lang: Was 3 jaar op Facebook
Aantal vrienden: 30

Mijn zoon ging met zijn vriendin een reis maken door Amerika. Ik kon hem via Facebook volgen. Toen heb ik een account aangemaakt. Dat was best leuk. Onderweg hield ik contact met ze en kon ik zien wat ze zoal meemaakten.

Toch bracht Facebook me een aantal onverwachte verrassingen. Na afloop van die vakantie had ik een stuk of dertig vrienden. Zij vertelden mij soms vier keer per dag dat 'de koffie weer niet te zuipen was' of 'dat de trein weer vertraging had'. Allemaal domme oneliners.

Bovendien kwam er ineens een bericht van iemand met wie ik al heel lang geen contact meer wilde en die zo blij was nu ineens mijn 'vriend' te kunnen worden. Iets wat ik nu juist niet wilde. En zo waren er meer verzoeken.

Ik heb wellicht niet echt de tijd genomen om Facebook te ontdekken en ook de verkeerde vrienden toegelaten. Maar ik vond het uiteindelijk helemaal niets. Het is een asociaal netwerk. De simpele ziel heeft er een medium bij om zijn ongenueanceerde mening te ventileren. Maar een communicatiemiddel? Nee.

Het bleek niet eenvoudig van Facebook los te komen. Daar ben ik wel even bezig mee geweest. Soms komt er via de mail nog een berichtje binnen. Maar ik ben er wel vanaf. Ik doe ook niet aan Twitter. Daar worden ook enorm veel oneliners de wereld in geslingerd, maar het voegt niks toe. Het feit dat veel politici graag gebruik maken van Twitter en Facebook zegt ook genoeg. Het gaat niet om de inhoud. Het gaat om het effect van de schreeuw.



Interviews Rosan Hollak
FOTO'S MAURICE BOYER,
VINCENT VAN DEN HOOGEN,
KEES VAN DE VEEN

De SlowTech-beweging vindt dat we ons laten gijzelen door sociale media en smartphones.

Dat maakt ons dom en improductief.
Voornemen voor 2013: uit met dat ding!

Geen rust in je kop? Wil je niets missen van de stroom aan online nieuws, mail, statusupdates en tweets? Grijp je bij elke ping automatisch naar je telefoon, om te checken of er nog volgers of likes bijgekomen zijn? Gefeliciteerd. Je valt in de categorie *homo digitalis mobilis*. Verslaafd aan sociale netwerken, apps en berichten. Altijd en overal.

Nederland verandert door de manier waarop we gebruikmaken van mobiele technologie. We hebben de hoogste smartphone-dichtheid van Europa en ruim 7 miljoen Facebookgebruikers. Je hoeft maar om je heen te kijken op een vergadering, een congres, in een klaslokaal of in een treincoupé om te zien hoeveel mensen verdiept zijn in hun telefoons. Fysiek aanwezig zijn ze wel, maar in hun hoofd compleet ergens anders.

Volgende maand verschijnt het rapport *De zwarte kant van sociale media*, dat de bezwaren van de Slow Tech-beweging verwoordt. Het is een handzame samenvatting van een ideologie die waarschuwt voor de gevolgen van excessief gebruik van mobiel internet en sociale media.

„We zijn verslaafd geraakt aan digitale snacks en moeten op dieet”, zegt onderzoeker Sander Duivestein van het Verkenningssinstituut voor Nieuwe Technologie. Voor hem op tafel liggen

Zelfbeheersing is het enige antwoord op de overdaad aan informatie

een laptop, een iPad en een smartphone. Ook ik ben verslaafd, knikt hij. „Een computer kun je nog dichtklappen, maar de telefoon blijft altijd aan, is onmisbaar en opdringerig. Mijn beste ideeën komen onder de douche – de enige plek waar ik rustig kan nadenken zonder telefoon in de buurt.”

Wetenschappers publiceren al een tijdje over de manier waarop het digitale tijdperk ons gedrag verandert. In *Alone Together* (2010) beschreef Sherry Turkle jongeren die meer dan 3.000 berichten per maand versturen, maar geen fatsoenlijk gesprek kunnen voeren. In *The Shallows*: *what the internet is doing to our brains* (2010) waarschuwde Nicolas Carr dat we oppervlakkiger en dommer worden omdat we onszelf geen tijd gunnen dat spervuur aan korte informatiefitsen te verwerken.

De Slow Tech-beweging bleef tot voor kort beperkt tot academici en criticiasters als Andrew Keen die waarschuwt voor overloos narcisme op Facebook. Zijn boek *Digital Vertigo* is net vertaald in het Nederlands. Maar inmiddels is er ook een Slow Web-beweging, die afstand neemt van het jachtige realtime internet en lezers tijd wil geven om de informatie te absorberen met langere stukken. En technologiebedrijven vragen zich af of we niet te ver zijn doorgeschoten

in de mobiele rage. Softwaregigant Microsoft publiceerde een onderzoek naar multitasking en wat bleek: mensen zijn helemaal niet zo goed in het gelijktijdig uitvoeren van meerdere taken. Als we tijdens ons werk gestoord worden door mail, Facebook of Twitter duurt het lang voordat we weer aan de slag zijn.

Joe Kraus, een internetinvesteerder die voor Google werkt, waarschuwt voor de ongezone relatie die we met onze telefoon hebben. „In het tijdperk van de pc waren we enkele uren per dag online, verder niet. Maar met smartphones checken we gemiddeld 27 keer per dag of er nog iets nieuws is. We worden er dommer en minder productief van.”

Kraus pleit voor één mediavrije dag per week. Zo train je niet alleen je kortetermijngeheugen, maar ook het vermogen om kennis echt te verwerken. Dat vergt tijd. Hij vergelijkt de dwangmatige controle op nieuwe berichten met gokgedrag in casino's. Zelfbeheersing is het enige antwoord op de overdaad aan informatie.

Dus grijp niet telkens naar je telefoon als je even vijf minuten voor jezelf hebt. Omarm verveling. Een dag offline is een verademing als je de weg kwijt bent in het onuitputtelijk aanbod van nieuws, muziek en video. Sommige mensen kiezen voor een rigoureuze maiddiet, anderen trekken de stekker uit hun Facebook-account.

Het valt niet mee om af te haken in je virtuele kennissenkring. Dat we ons door sociale media laten ringeloren is dan ook geen technisch maar een cultureel probleem. Maar uiteindelijk, hoopt de Slow Tech-beweging, moet technologie toch voor de oplossing gaan zorgen.

De smartphone is nu nog relatief dom. Apps zouden zichzelf het zwijgen op moeten leggen als we even niet gestoord willen worden, bijvoorbeeld tijdens een vergadering of in de klas.

Daarvoor heeft de telefoon nog veel meer informatie nodig om te kijken waar we zijn en hoe het met ons gaat. Als we nu alle data – locatie, agenda, audio en video maar ook onze eetgewoonten, hartslag en bloeddruk – zouden delen, kan slimme software ons beschermen tegen al te veel afleiding van buitenaf.

Zo'n *quantified self*, de uitdijende database waarin we fysieke en medische gegevens opslaan, heeft volgens Sander Duivestein van het Verkenningssinstituut voor Nieuwe Technologie de toekomst. Hij denkt dat de ziektepremie straks automatisch aangepast wordt als je gezond hebt (gezond) of een avond in de kroeg hebt gehangen (ongezond).

„Ik heb er geen moeite mee dat soort gegevens te delen. Onze privacy is sowieso dood”, zegt Duivestein. Maar dat offer brengt hij graag. „Zeker als er op een dag een ambulance voor het kantoor parkeert en er wordt gezegd: 'Meneer, we zijn hier om u te redden. Volgens onze gegevens krijgt u over tien minuten een hartaanval.'”

MARC HIJINK
Redacteur Technologie

Ik ben een stuk ongeduldiger geworden

Wie: Iris van der Graaf (23)
Wat: Filosofiestudente
Hoe lang: Was 2 jaar op Facebook
Aantal vrienden: ruim 100

Ik zit op LinkedIn en volg mensen op Twitter. Maar met Facebook ben ik anderhalf jaar geleden gestopt. Ik was er destijds vrij vroeg bij met Facebook. Ik deelde links, columns, artikelen. Dat was leuk. Maar de constante stroom updates die ik binnenkreeg, vond ik minder. En uiteindelijk heb je geen echt contact met anderen. Je kijkt toch naar een scherm.

Toen ik aankondigde dat ik van Facebook afging, kreeg ik sms'jes van mensen met teksten als: 'Heb je het echt gedaan?' En een vriend zei: 'Wat stoer, ik zou willen dat ik het kon'. Nu ik niet meer op Facebook zit, ben ik minder op de hoogte van bepaalde

dingen. Ik kom er pas later achter als een kennis een andere baan heeft of is verhuisd. Ook hoor ik soms wat later dat er ergens een goede film is, of een interessante lezing. Maar ik heb niet het gevoel dat ik echt iets mis.

Van mijn vrienden krijg ik inmiddels aparte mailtjes waar ze me uitnodigen voor verjaardagen of andere leuke dingen. Ik heb nu meer tijd. Als ik een filosofisch essay moest schrijven, surfte ik ter afleiding best vaak naar mijn pagina.

Het geeft me rust om niet steeds met Facebook bezig te zijn. Als kind kon ik heel geconcentreerd boeken lezen. Maar ik ben een stuk ongeduldiger geworden. Ik heb me wel afgevraagd of mijn onrust wordt gestimuleerd door al die sociale media. Ik ben blij dat ik nu van Facebook af ben.



De dag dat ik stopte, had ik er echt moeite mee

Wie: Henk van Straten (32)
Wat: Schrijver
Hoe lang: Was 3 jaar op Facebook
Aantal vrienden: meer dan 1.000

Ik werd er onrustig van. Dat was de belangrijkste reden om te stoppen met Facebook. Ik was telkens aan het checken of ik weer reacties had op de berichten die ik op mijn pagina had gezet. Had ik thuis even niets te doen, betrapte ik mezelf erop dat ik als een soort zombie weer naar dat scherm aan het staren was.

Mindless. Ik ben een schrijver in de marge. Toen ik van Facebook afging, had ik het gevoel: nu gaan andere schrijvers door met zichzelf te promoten. En ik snijd mezelf af. Anderen zag ik telkens aankondigen dat ze weer een nieuwe recensie hadden of dat er alweer een vierde druk van hun boek uitkwam. Eigenlijk is dat een vorm van dwangmatig narcisme. Alsof de hele straat uit het raam

roept: 'Ik heb een nieuwe bank!' Toch had ik niet de discipline om af en toe maar één uurtje op Facebook te zitten. Dus ik ging *cold turkey*. De dag dat ik stopte had ik er ook echt moeite mee. Dat was confronterend. Ik had het gevoel: ik knip mijn *lifeline* door met de rest van de wereld. Maar juist dat ongemakkelijke gevoel, het feit dat ik het echt moeilijk vond, gaf me de bevestiging dat ik een goede beslissing had gemaakt. De volgende dag viel er dan ook een last van me af.

Ik heb nog wel een Twitteraccount. Ik krijg op die manier nog snelle tips binnen over nieuws of andere leuke dingen. En vanwege de angst om helemaal te zijn afgesneden. Maar het zou me niet verbazen als ik dat later ook nog afsluit.

► Lees op pagina 24 hoe Henk van Straten zijn verhalen schrijft



Het is niet Facebook maar Fakebook

Wie: Mijs van de Griek (36)
Wat: Agent bij Henneman Agency
Hoe lang: Was 5 jaar op Facebook
Aantal vrienden: 223

Ik ben altijd een echte nieuwswinkje geweest. Vroeger was ik videoredacteur bij de NOS. Ik zag echt alles voorbijkomen. Ook veel harde nieuwsbeelden die niet werden uitgezonden. Op een gegeven moment werd het me te veel. Ik ben ander werk gaan zoeken.

Nu zit ik bij een agentschap voor acteurs. Bij dat bedrijf heb ik de Facebook-pagina opgezet. Zelf had ik ook een account, maar daar ben ik een paar maanden geleden mee gestopt. Ik was te veel tijd kwijt me te verdiepen in het leven van anderen. Ik heb een dochter van drie en dus wel wat beters te doen. Ik wil ook niet meer via Facebook lezen wat mijn vrienden hebben gedaan. Ik wil het direct van ze horen.

Het is niet Facebook maar Fakebook. Als ik 24 uur per dag het moo-

ste kind had, een heleboel geld en de allerleukste man, dan zou Facebook geweldig zijn. Uiteindelijk zie je alleen de leukste dingen van mensen langskomen. Iedereen heeft een masker op. Mensen laten alleen hun successen zien.

Het is reclame van het leven zelf. Je gaat er namelijk geen foto van jezelf op zetten als je net uit bed komt. En zet je er bijvoorbeeld op dat je moeder kanker heeft, dan ben je een aansteller dat je zo iets persoonlijks met de wereld wilt delen.

Toen ik op Facebook aankondigde dat ik ermee ophield, kreeg ik een heleboel reacties. Een collega zei tegen me: 'Eerlijk gezegd zou ik er ook wel mee willen ophouden, maar ja, het is als stoppen met roken.' Ik volg nu alleen het nieuws via de app van de NOS. Ik heb een Twitteraccount, maar daar doe ik weinig mee. Ik zit wel op Pinterest om creatieve ideeën op te doen. Daar heb je geen direct contact met anderen. Lekker rustig.



Advertentie

VEILIGHEIDSWAARSCHUWING VOOR CONSUMENTEN MET EEN MOSTERDALLERGIE

Unilever Benelux informeert consumenten over een verkeerd etiket op **Unilever Rundervlees Ragout** met streepjescode 8712566235735.

Gebleken is dat een beperkt aantal blikjes Unilever Rundervlees Ragout gevuld is met goulashsoep. Het label op het blik zegt dus 'ragout', terwijl er goulashsoep in het blik zit.

De goulashsoep bevat mosterdeiwit en dit kan, bij mensen die daar overgevoelig voor zijn, een allergische reactie veroorzaken.

Consumenten die niet overgevoelig zijn voor mosterdeiwit, kunnen de goulashsoep gewoon gebruiken.

Het gaat om de blikjes met houdbaarheidsdatum **17-09-15**. Deze datum vindt u aan de onderkant van het blikje.

Indien u in het bezit bent van één of meerdere blikjes **Unilever Rundervlees Ragout** met de betreffende houdbaarheidsdatum vragen wij u vriendelijk de streepjescode(s) uit te knippen en op te sturen naar:

Unilever
Antwoordnummer 226 (gratis)
3000 VB Rotterdam
www.unilever.nl

U wordt verzocht daarbij de volgende gegevens te vermelden:

- Uw naam, adres, telefoonnummer
- Uw bankrekeningnummer

Indien u vragen of opmerkingen heeft, neem dan tussen 9.00 - 17.00 uur contact op met de Unilever Consumenten Service via het **gratis telefoonnummer: 0800-2358669**.

Wij bieden u onze welgemeende excuses aan voor het ontstane ongemak.

Unilever Benelux