

De social media bubbles manipuleren ons

Er is een nieuw fenomeen aan het ontstaan: de social media bubble!

Voorheen had je clubs, groepjes, zelfs verenigingen die mensen met een vergelijkbare interesse een plek boden om met elkaar over die gemeenschappelijke interesses te praten, van mening te verschillen en discussies te voeren of er iets creatiefs mee te doen. Die groepjes werden vrijwillig door de mensen op eigen initiatief gevormd. Ze brachten sociale contacten voort, nieuwe vriendschappen of gewoon het gevoel ergens bij te horen.

Er was een tijd dat een andere mening werd gerespecteerd. Nu wordt er minder naar andere meningen geluisterd, terwijl die ook nog eens met agressie wordt onthaald. De digitale wereld kent velerlei nieuwe vormen van omgaan met elkaar, van contacten leggen, je ergens bij aansluiten of een eigen mening uiten, maar luisteren naar een andere mening lijkt te verdwijnen.

In een wereld die steeds individualistischer wordt neemt de versnippering toe, krijgt de eigen mening, of is het “het eigen gelijk”, een andere betekenis. Ieder individu kan zich uiten en kan voor zijn mening een groot of heel klein gehoor vinden. Er wordt hiermee zelfs ruimte geboden aan complottheorieën. Of dit leidt tot een meerwaarde of tot situaties die al dan niet productief of zinvol zijn, is een andere zaak, maar het gebeurt allemaal op basis van wat een individu zelf wil uiten of wil horen.

De eigenaren van de sociale media, de datacompanies zoals Facebook, Google, Twitter, Instagram, Whatsapp en andere, zien heel andere mogelijkheden. Zij verzamelen gegevens, heel persoonlijke gegevens, en interpreteren die. Daarvoor worden geavanceerde technieken ingezet op basis van algoritmes en kunstmatige intelligentie. De uitkomsten van deze interpretaties van onze gegevens worden voor verschillende doeleinden gebruikt. Wie heeft niet de ervaring dat hij online op zoek gaat naar bijvoorbeeld een nieuwe koelkast, die vindt en koopt. Dagen, zelfs weken daarna, zie je dan bij bezoeken aan websites reclames verschijnen van koelkasten. Dat is nog maar een simpel gevolg van het gebruik van data en voor retailers ook nog eens weggegooid geld (als mosterd na de maaltijd). Maar het gebruik van beschikbare data kan nog veel erger.

Inmiddels begint duidelijk te worden dat datacompanies wel erg veel macht hebben. Die macht is gebaseerd op interpretaties van onze gegevens die gemaakt worden door automatische processen. Dat gaat zelfs zover dat oud-medewerkers van die datacompanies zich grote zorgen maken over die ontwikkelingen. Die algoritmes zijn inmiddels zo complex geworden, dat de datacompanies zelf nauwelijks nog weten hoe ze werken en wat de gevolgen in de praktijk zijn. Ze worden dan wel complexer, maar of ze dan ook slimmer worden! Het resultaat is dat we als individuen steeds meer geregeerd worden door deze algoritmes op basis van gegevens uit het verleden.

Het gevolg? Door eigen online gedrag in het verleden kan je onvrijwillig in een of meerdere bubbles belanden en zo in posities waar je geen invloed op hebt en ook geen controle! Dit zijn “groepen” die geheel gestuurd en gevormd worden op basis van wat die algoritmes uit onze gegevens menen te kunnen halen. We hebben hier zelf geen invloed op, het gebeurt automatisch. Ons gedrag of onze interesses uit het verleden bepalen voortaan wat wij te zien krijgen. Zo belanden wij door geselecteerde en gefilterde informatie in een wereld waarin wij een door de algoritmes gekleurde “werkelijkheid” voorgeschoteld krijgen. We horen geen tegengeluiden meer, we beginnen te geloven in wat we zien. Hier zien we fake news en deep fake als aanjagers van deze ontwikkeling een stimulerende rol spelen. Dat leidt niet alleen tot erg eenzijdige informatie, maar het creëert een omgeving waarin wij de andere kant van de medaille niet meer meekrijgen. Het wordt een eigen werkelijkheid en een flinke jongen die ons daarvan afbrengt.

Zo zorgen de social media bubbles ervoor dat er steeds minder discussies kunnen plaatsvinden, dat partijen en meningen steeds scherper tegenover elkaar komen te staan en elkaars argumenten niet meer kunnen of willen horen. Een basis voor structurele onvrede en onrust is geschapen. De toenemende protestacties getuigen hiervan, evenals het steeds vaker overtuigd zijn van het eigen gelijk. Met dank aan de sociale media en de datacompanies!

Deze ontwikkeling maakt bovendien duidelijk dat niet het verzamelen van gegevens kritisch is, maar juist wat ermee gedaan wordt. De overheid kan hier niet lijdzaam blijven toekijken, het zal er iets aan moeten doen om onze samenleving niet te laten versnipperen en daarmee te ondermijnen. De overheid kan hier iets aan doen door bijvoorbeeld uiteenlopende maar gecontroleerde meningen, als tegenhanger van fake news, een plek te geven die voor alle burgers toegankelijk is. Doet de overheid niks, dan worden we afhankelijk van datacompanies die bepalen wat wel en wat niet goed voor ons is en worden we onvrijwillig in bepaalde bubbles geplaatst.