

Boekbespreking “Niet leuk? Mijmeringen over nieuwe media, mensen en macht”

Ben Caudron, 2012, ISBN 9789028960640, uitgeverij Pelckmans, 236 p.

Peter Mechant (iMinds-MICT-UGent)

In ‘Niet leuk?’ verzamelde Ben Caudron (socioloog, digitale veteraan én Frank Zappa fan) zijn persoonlijke mijmeringen over ‘de nieuwe media’ en over de macht die deze media voor zichzelf gecreëerd hebben. Het boek bestaat uit een bundeling van negen persoonlijke, kritische en vaak verontwaardigde stukken en wordt ingeleid door Walter Zinzen. Zoals het een internetpioneer past, is er ook een bijhorende website en Facebook pagina waarop de auteur nog regelmatig actief is en waarop de sporen van het sociale media marketing offensief dat de lancering van het boek vergezelde nog zichtbaar zijn. Caudron stelt helemaal vooraan in het boek dat hij met zijn bundeling essays de bedoeling heeft te prikkelen en te provoceren en helemaal geen ‘wetenschappelijkheid’ aan zijn verhalen wenst toe te kennen, daarvoor is “*de analyse te weinig en de mening te sterk aanwezig*” (p. 16). Dit in gedachten wens ik de nieuwste worp van Caudron niet alleen te synthetiseren en te bespreken maar wil ik ook enkele uitspraken aftoetsen en verbinden met sociaalwetenschappelijke literatuur ter zake.

Het eerste hoofdstuk van het boek verhaalt hoe de auteur, samen met zijn broer Jo Caudron, ‘The Reference’ oprichtte. Ben Caudron schetst hoe het eerste Vlaamse ‘nieuwe media’ bedrijf een startvlucht kon maken, maar gaat ook de neergang niet uit de weg en beschrijft heel plastisch hoe achtereenvolgens de activiteiten van de ‘haaien’ en die van de ‘gieren’ het bedrijf naar de rand van de afgrond brachten. Vervolgens reflecteert de auteur over hoe technologie, en sociale media in het bijzonder, kan ingezet worden voor de interne werking van bedrijven en ondernemingen.

Vanaf het derde hoofdstuk focust het boek nadrukkelijker op sociale media. Caudron ziet sociale media “*op het kruispunt van digitale emancipatie*” (p. 59), als een mix van weerkerende aspecten rond profilering, rond connecties (al dan niet wederkerig) en rond delen. Hij stelt dat het bevrijdend potentieel van sociale media tot op heden veeleer een gewenst dan een gerealiseerd potentieel is gebleven. Sociale media hebben echter wel het web op maat van gewone mensen gesneden. Dat had ook een kostprijs. Hoewel Caudron hier niet bij stil staat, merken we dat auteurs als Jill Rettberg (2009) argumenteren dat sociale media platformen gebruikers onderwerpen aan ‘mass customization’, waarbij ‘each individual is fed into the same template’, of dat het gevoel van ‘ownership’ dat internetgebruikers beleefden in de begindagen van het www - toen ze zelf aan de slag gingen met HTML en CSS om zo webpagina’s aan te maken of aan te passen - grotendeels verloren is (Hudson-Smith, Batty, Crooks, & Milton, 2009).

Vervolgens komt de relatie tussen ‘nieuwe’ en ‘oude’ media aan bod in het boek. Caudron argumenteert hoe de oude eenrichtingsmedia sociale media voedden en promoten tot onoverwinnelijke tweerichtingsmedia waarmee bijna iedereen aan de slag wil. Om aan te tonen hoe sociale media, als koekoeksjong, gevoed wordt door traditionele media grijpt Caudron naar hoe televisie en radio de rol van sociale media tijdens de Arabische Lente verheerlijkten. In deze context stelt hij: *“Wat zich in Tunesië en Egypte voordeed (...) heeft evenveel te maken met Facebook als de studentenrevolte in de jaren zestig te maken had met de stencilmachine, of de Amerikaanse revolutie met het paard”* (p. 89). Hoewel dergelijke oneliner goed bekt en makkelijk blijft plakken, doet ze de waarheid geweld aan. De literatuur toont immers dat sociale media wel degelijk een rol speelden in de golf van revoluties die eind 2010 in Tunesië, Egypte, Libië en Jemen begon. Sociale media hielpen om nieuwe informatiebronnen te ontsluiten (Tufekci & Wilson, 2012), informatiestromen te versterken en het discours van martelaarschap over heel de wereld te verspreiden (Halverson, Ruston, & Trethewey, 2013; Lotan et al., 2011).

In een hoofdstuk getiteld ‘Geprivatiseerde normen en waarden’ gaat Caudron in op hoe waarden concretiseren in normen en gedragingen. Als conflictdenker heeft de auteur het niet zo begrepen op een ahistorische en kritiekloze benadering en beschouwt hij waarden en normen als de tijdelijke uitkomst van een maatschappelijke strijd, die meestal wordt gewonnen door wie de lakens uitdeelt: *“In toenemende mate dringen bedrijven niet enkel producten of diensten op, ze leveren er gratis en voor niets hun waarden bij”* (p. 113). Hoe deze (sociale media) bedrijven hun Angelsaksische waarden en corporatieve normen dwingend opleggen, illustreert Caudron met enkele voorbeelden: Apple die het nodig vond een ‘Suske en Wiske’-app te censureren wegens een titel (‘De Zwarte Madam’) die aanstoot kon geven, Facebook die een grappige fotomontage van Joseph Ratzinger blokkeert, Amazon die de publicaties van Wikileaks uit de virtuele rekken haalde...

Vanuit Chomsky’s visie dat een democratisch systeem enkel kan functioneren indien de deelnemers aan het politieke veld een gelijke toegang tot informatie hebben, argumenteert Ben Caudron hoe we de mogelijkheden van nieuwe media vooralsnog niet aangrijpen en hoe we ze tot een bron van vermaak reduceren (zie bvb. ook Keen’s (2007) ‘Cult of the Amateur’). De meerderheid van de internetgebruikers benut sociale media niet om alternatieve verhalen te verspreiden of om ongefilterde boodschappen uit te sturen, maar duwt sociale media vol ‘domheid’. Hierop verder bouwend stelt Caudron in het hoofdstuk ‘De culturele celebratie van stupiditeit’ dat we ten onder gaan aan domheid en dat we op sociale media kansen laten liggen *“om de spiraal van disciplineren door afleiding, door leegheid van entertainment te doorbreken”* (p. 166).

Na een hoofdstuk over hoe overheden zich uitputten om meer controle te krijgen op het internet, besteedt de auteur aandacht aan de *“intieme dans van mens en technologie”* (p. 193), aan hoe mensen

en technologie zich tot elkaar verhouden. Hij redeneert dat technologie en het internet neutraal zijn, niet slecht en niet goed (Nicholas Carr (2005) vermeldt een ‘a-moreel’ web). Caudron pleit echter niet voor meer regulering, overheidsinmenging of strengere wetten, maar benadrukt zelfredzaamheid, in het bijzonder technologische zelfredzaamheid. Virtuele waarden en normen kunnen pas opnieuw door de betrokkenen zelf worden gecreëerd als alle actoren beslagen op het ijs komen. Vandaar het belang van (nieuwe) mediageletterdheid. We dienen kinderen kritisch te leren zijn en hen duidelijk te maken dat mediabedrijven commerciële ondernemingen zijn die consumenten niet als centraal belang hebben. Daar wordt in Vlaanderen met lopende onderzoeksprojecten als EMSOC (IWT SBO), platformen als Click Safe (Child Focus) en met het pas opgerichte Kenniscentrum Mediawijsheid (Departement CJSM), alvast volop op ingezet.

‘Niet leuk’ is een veelzijdig boek dat van argeloze internetgebruikers bewuste online burgers kan maken. Caudron plaatst immers een vraagteken bij het kritiekloze discours over hoe mensen en technologie zich verhouden, en wijst de lezer op de snel groeiende macht van digitale mastodonten als Apple, Google, Twitter en Facebook. De auteur noemt ze ‘zwarte gaten’ omdat ze alle beschikbare energie op het web opslokken. Verder kan ook vermeld worden dat het boek doorspekt is met een uiteenlopende verzameling van leuke anekdotes en interessante feiten, bijvoorbeeld over het ‘prisoner’s dilemma’ (p. 44), over het ontstaan van de computer (p. 63-71) of over hoe Apple’s toeleveranciers zelfmoord op de werkvloer oplosten door de ramen van de fabriek dicht te spijkeren (p. 56). Dat alles maakt ‘Niet Leuk’ tot een vlot, onderhoudend en ‘leuk’ boek om te lezen.

Referenties

- Carr, N. (2005). The amorality of Web 2.0. *Rough Type*. Online at: http://www.roughtype.com/archives/2005/10/the_amorality_o.php.
- Halverson, J. R., Ruston, S. W., & Trethewey, A. (2013). Mediated Martyrs of the Arab Spring: New Media, Civil Religion, and Narrative in Tunisia and Egypt. *Journal of Communication*, Online at: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jcom.12017/full>.
- Hudson-Smith, A., Batty, M., Crooks, A., & Milton, R. (2009). Mapping for the Masses: Accessing Web 2.0 Through Crowdsourcing. *Social Science Computer Review*, 27(4), 524-538.
- Keen, A. (2007). *The cult of the amateur*. London: Nicholas Brealey Publishing.
- Lotan, G., Graeff, E., Ananny, M., Gaffney, D., Pearce, I., & Boyd, D. (2011). The Revolutions Were Tweeted: Information Flows During the 2011 Tunisian and Egyptian Revolutions. *International Journal of Communication*, 5, 1375-1405.
- Rettberg, J. W. (2009). 'Freshly Generated for You, and Barack Obama': How Social Media Represent Your Life. *European Journal of Communication*, 24(4), 451-466.
- Tufekci, Z., & Wilson, C. (2012). Social Media and the Decision to Participate in Political Protest: Observations From Tahrir Square. *Journal of Communication*, 62(2), 363-379.