

Nicolaos Starreveld

FNWI

Universiteit van Amsterdam

n.j.starreveld@uva.nl

Interview José van Dijck

Inspiratie door de samenhang tussen technologie, gebruiker en ideeën

José van Dijck is hoogleraar media en digitale samenleving aan de Universiteit Utrecht. Haar onderzoek gaat over media, sociale media en mediatechnologieën. Op vrijdag 3 juli 2020 interviewde onze redacteur Nicos Starreveld professor Van Dijck, naar aanleiding van haar voordracht in de webinar van de KNAW, 'Verbonden tegen COVID-19, hoe netwerken pandemieën verspreiden en bestrijden'.

Op vrijdag 3 juli zat ik op mijn bureau en wachtte tot dat de klok 13.00 zou duiden. We hadden met professor José van Dijck afgesproken om te bellen voor een interview. Sinds maart gebeurt bijna alles vanuit mijn woonkamer, dus ook dit interview. De dinsdag daarvoor had ik een webinar van de KNAW bijgewoond, met als onderwerp 'Verbonden tegen COVID-19, hoe netwerken pandemieën verspreiden en bestrijden', waarbij José van Dijck een van de vier sprekers was.

Wat was het doel van het webinar?

"Frank den Hollander had me erbij gevraagd omdat het hele seminar ging over netwerken, en hij zei: 'Daar horen sociale netwerken ook bij.' In de afgelopen maanden heb ik onderzoek gedaan naar het effect van sociale media in het publieke debat net na de uitbraak van corona. Ik denk wel dat mijn invulling van het onderwerp heel anders was dan de anderen, die waren meer gericht op het verspreiden van infecties door menselijk gedrag, ik meer op het verspreiden van informatie over het virus via mensen en technologie. Maar dat is het leuke van zo'n webinar. Alhoewel we weinig van elkaars onderzoek wisten, realiseerde ik me tijdens het webinar dat er ruimte is voor ideeënbesmetting, om het in de metafoor te houden. Ideeën over hoe complexe netwerken werken. Voor ons in de sociale wetenschappen en humaniora is het ongelooflijk moeilijk om te doorgronden hoe complexe systemen werken waarbij zowel technologie, als gebruikers, als ideeën een belangrijke rol spelen. Deze

samenhang tussen technologie, gebruiker en ideeën in het verspreiden van informatie over het virus vind ik heel interessant."

Is een webinar anders dan een voordracht op locatie?

"Ja wel enigszins, je kunt vooral minder improviseren; normaal kan ik heel snel reageren op de andere sprekers en op het publiek, maar hier moet je op teveel dingen tegelijk letten. Dus dan moet je heel strak voorbereiden."

Uw onderzoek gaat over media, sociale media en mediatechnologieën. Wat zijn centrale vragen in uw onderzoek?

"Afgelopen dinsdag behandelde ik welke



José van Dijck

rol sociale media speelden in het publieke debat direct na de COVID-19 uitbraak in Nederland. Sociale media worden zowel gebruikt bij het verspreiden van urgente medische informatie, maar zijn tegelijkertijd ook instrumenteel in het verspreiden van misinformatie. Ik beschouw sociale media als een tweesnijdend zwaard.

Neem als voorbeeld hoe, tijdens de pandemie, de WHO en het RIVM heel bewust sociale media hebben ingeschakeld om bepaalde gezondheidsinformatie over te brengen aan een zo groot mogelijk publiek, door middel bijvoorbeeld van influencers op YouTube. Tegelijkertijd zijn met name Facebook, Twitter en YouTube, in de afgelopen maanden instrumenteel geweest in het verspreiden van foute informatie over het virus. De WHO heeft dat de infodemie genoemd.

Mijn verdere onderzoek laat zien hoe bestuurders, politici en journalisten van nieuwsorganisaties tegenwicht bieden als ze constateren dat sociale media zo'n centrale positie innemen in de verspreiding van misinformatie. Bijvoorbeeld, in het programma *Het Coronavirus: Feiten en Fabels* van de NOS lieten de presentatoren vragen uit sociale mediakanalen komen en legden deze voor aan experts. Experts bieden tegenwicht door er rationeel iets zinnigs over te zeggen. En dat werkt dan goed als bijstelling van de ongefilterde infodemie."

Denkt u dat op een gegeven moment te veel informatie ongewenste effecten kan hebben?

"Ja dat is precies de reden waarom de WHO de term infodemie heeft gekozen. We noemen het ook infobesitas. Het betekent dat te veel aan informatie juist verwarrend is, vooral als de informatie niet specifiek genoeg is en als de bronnen elkaar tegen spreken."

Als gebruiker van Twitter en Facebook ervaar ik vooral twee aspecten van sociale media, ten eerste informeren en ten tweede discussiëren. Mijn indruk is dat het grootste deel van de gebruikers ‘lokaal informatie uitwisselt’, maar er is ook een kleine fractie van superspreaders die een groot bereik hebben. Klopt dit beeld van mij?

“Inderdaad, er zijn twee modellen van verspreiding, de eerste is het *superspreading-model*. In dit model is er een klein aantal gebruikers met grote aantallen volgers, de superspreaders, die de macht hebben gekregen van dit sociale medium om heel veel mensen te bereiken. Maar voor het grootste deel zijn het gewoon groepen mensen die verspreidingsmacht hebben over een eigen overzichtelijke omgeving. Nu is het niet zo dat die laatste verspreidingsmethode minder schadelijk zou zijn, want die kan ook heel grote invloed hebben. Bijvoorbeeld, een WhatsApp-groep kan maximaal 256 leden hebben, en één boodschap kan door dezelfde persoon maximaal vijf keer worden doorgestuurd. Maar door een kettingreactie kun je dan nog heel veel mensen bereiken.

Het is interessant om naar deze twee modellen van verspreiding te kijken, de superspreaders versus de kleine omgevingen. Platforms zoals Facebook, YouTube en Twitter bepalen zelf wat wel mag en wat niet mag binnen zo’n context, ze kunnen zowel op het superspreading-model als op het WhatsApp-model inzetten. Instagram en WhatsApp zijn immers ook eigendom van Facebook. Deze platforms hebben dus de macht om het aantal verspreiders en hun bereik bij te stellen. Precies om dit effect van snelle verspreiding tegen te gaan. Bovendien kunnen ze misinformatie als zodanig labelen en direct doorverwijzen naar correcte informatie van de WHO of RIVM — dit hebben Facebook, YouTube en Twitter ook gedaan tijdens de pandemie. Ze hebben dus middelen om verspreiding van misinformatie te vertragen en om in te grijpen als het nodig is.

Het is belangrijk te noemen dat, naast de macht om in te grijpen, deze bedrijven ook hun eigen prikkel hebben om misinformatie te verspreiden, en dat is natuurlijk economisch. Ze verdienen geld met massale verspreiding van informatie en advertenties. Het gaat dus tegen hun eigen belang in om allerlei ‘virale’ verspreidingen van boodschappen tegen te houden. En dat maakt de werkelijkheid complexer.”

Het tweede aspect van sociale media is het voeren van discussies, maar in tegenstelling tot het verspreiden van informatie lijken platforms hiervoor minder geschikt.

“Ik zeg altijd, sociale media zijn vooral heel nuttig voor eenrichtingsverkeer van informatie maar totaal onhandig voor dialoog. Dit ligt ook een beetje aan de technologische *affordances*, dus de manier waarop deze media vorm hebben gekregen, bijvoorbeeld in hun interfaces. Ten eerste kun je met heel weinig tekens communiceren op sociale media; berichten zijn kort, bondig en werken vooral met beelden.

Emoties doen het veel beter op sociale media dan argumenten. Emoties zijn het primaat van de sociale media, terwijl rationele discussies, argumenten, nuances, veel beter tot hun recht komen in andere mediavormen, in kranten bijvoorbeeld. Uitingen waar je over na moet denken, die reflectie vereisen en die tot dialoog uitnodigen komen nauwelijks aan bod op sociale media. Daarom zeggen we dat sociale media bijna inherent aanzetten tot polarisatie en vlammende, felle discussies. Sociale media kunnen mensen tegen elkaar opzetten, maar ook mensen aanzetten tot gezamenlijke actie, beweging.

Sociale media kunnen ook een heel positieve functie hebben; zie bijvoorbeeld hoe tijdens de pandemie verpleegsters, zieken, artsen, zelfgemaakte filmpjes gebruikten om een emotionele boodschap via YouTube te delen. Een boodschap van hoe ze die situatie beleefden bijvoorbeeld, of om te laten zien wat een enorme inspanning de zorg voor patiënten kostte. Deze positieve kant van sociale media moeten we ook niet onderschatten, het kan heel veel troost bieden en mensen met elkaar in contact brengen.”

Had de wetenschap tijdens de coronacrisis ook te maken met sociale media als een tweesnijdend zwaard?

“Absoluut, de wetenschap is gewend om binnen de eigen kring om te gaan met onzekerheid, vooral als je nog bezig bent met onderzoek naar iets onbekends, zoals een virus. Een mooi voorbeeld vind ik het platform ArXiv waar artikelen te vinden zijn die nog niet af zijn. ArXiv richt zich alleen op het faciliteren, je kunt sneller commentaar krijgen op je onderzoek omdat meer mensen daar toegang hebben. Een uitstekend idee, want je kunt sneller meer wetenschappers bereiken die mee kunnen discussiëren. Wat je nu ziet gebeuren, is dat niet-wetenschap-

pers ArXiv gebruiken om artikelen weg te plukken die nog niet af zijn en om een of andere rare complottheorie te onderbouwen. Dit is weer een voorbeeld van hoe sociale media kunnen bijdragen aan polarisatie.”

En wat kunnen we aan hate-speech en complottheorieën doen?

“Ten eerste kunnen techbedrijven iets doen aan de distributiekanaalen, namelijk deze zodanig inrichten en bijstellen dat *hate-speech* veel minder kans krijgt zich te massaal en met enorme snelheid te verspreiden. Maar ook de gebruikers moeten zelf verantwoordelijkheid nemen. De enige mogelijkheid die ik hier zie is om kinderen vanaf jonge leeftijd een kritische houding bij te brengen, altijd informatie leren wegen en op een wetenschappelijke manier leren bekijken naar de bronnen en de belangen achter informatie.

Ik denk ook dat iedereen een beetje moet weten hoe sociale media werken, hoe ze in elkaar zitten, hoe ze gebruikers tot op zeker hoogte manipuleren. Je moet beseffen dat gratis nooit gratis is, maar dat je altijd met je eigen data betaalt en dat heeft consequenties voor je privacy. Dit is wat ik noem ‘media-geletterdheid’. Eigenlijk zie ik educatie en onderwijs in media-geletterdheid als een vaccin tegen vele vormen van hate-speech en polarisatie.”

Werkt u eigenlijk samen met mensen uit bèta-disciplines?

“Ik werk soms samen met informatici, bijvoorbeeld bij het uitzoeken van hoe informatie zich beweegt, hoe algoritmes werken en hoe hun gebruik zo goed mogelijk ingepast kan worden in geïnstitutionaliseerde omgevingen. Algoritmes zijn heel belangrijk voor sociale media om de circulatie van informatie te beheersen en foutieve informatie uit te filteren. En dat is waanzinnig ingewikkeld want er gaan miljarden boodschappen per dag via het internet de wereld over.”

Om af te sluiten, gebruikt u ook zelf sociale media?

“Ik ben ongeveer twaalf jaar bezig met sociale media maar ik heb zelf nog nooit op Facebook gezeten. Ik ben iemand die alles bijhoudt over sociale media, en dan met name de politieke en de economische aspecten daarvan, maar ik wil niet dat al mijn tijd verdwijnt door het constante checken en bekijken van de nieuwste feeds. Ik ben liever bezig met argumenten en reflectie dan met tweets en likes.”