



Universiteit
Leiden
The Netherlands

Democratie, deugden, docentschap: de docent als gids in de democratie

Wiersma, J.K.C.

Citation

Wiersma, J. K. C. (2023, November 8). *Democratie, deugden, docentschap: de docent als gids in de democratie*. Retrieved from <https://hdl.handle.net/1887/3656180>

Version: Publisher's Version

License: [Licence agreement concerning inclusion of doctoral thesis in the Institutional Repository of the University of Leiden](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/3656180>

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).

HOOFDSTUK 8

Hoe de nieuwste technologie greep heeft gekregen op de menselijke geest

De invloed van televisieschermen, waarop Postman en Sartori vooral hun analyse baseerden, zijn nog enigszins mild als men in ogenschouw neemt wat Adam Alter ziet gebeuren in de geest van mensen die een *smartphone* gebruiken. De *smartphone* leidt tot een *homo videns* in nog sterkere mate. Deze digitale mens is niet zo zeer oppervlakkig, maar kan zich überhaupt nauwelijks concentreren; de digitale mens gebruikt zijn tijd niet per se grillig en zonder vaste richting, maar verspilt deze wegens zijn verslaving en verstrooiing. Als Postman en Sartori een punt hadden dat een vergrote primitiviteit grote gevolgen heeft voor de samenleving als geheel, dan zijn de conclusies van Alter hiervoor des te ernstiger.

8.1. De democratische mens raakt verslaafd aan technologie

Adam Alter is wegens zijn andere academische achtergrond een vreemde eend in de bijt in dit boek. Hij is geen filosoof of politiek denker, maar heeft een positie op de faculteit van Marketing. Hij is bekend geworden met zijn onderzoek naar de verslavende effecten van smartphones. Alter is een psycholoog en bedient zich zodoende van een andere wetenschappelijke methodologie dan Postman en Sartori.

In zijn boek *Irrestistible* neemt Alter de lezer mee door het onderzoek naar de effecten van de komst van de *smartphone*: oprukkende verslavingsverschijnselen, chronische slaapproblemen en een verslechterende aandachtsspanne. Onderzoek wijst uit dat de komst van de *smartphone* ons leven significant beïnvloedt. Om dit vast te stellen is een oppervlakkige blik op het huidige straatbeeld al voldoende. De *smartphone* neemt een zeer dominante rol in. Wat de mentale gevolgen hiervan zijn, is de vraag van dit hoofdstuk.

Het is bekend: de *smartphone* kan een verslavende uitwerking hebben. De makers van de technologie hebben dit altijd geweten en om die reden, zo vertelt Alter in zijn proloog, is Steve Jobs een van de vele *technocrats* die nooit zijn producten heeft willen geven aan zijn kinderen.¹⁹⁵ Alter schetst het beeld van een techindustrie waarvoor het teweegbrengen van verslaving een van haar belangrijkste doelen is:

Greg Hochmuth, one of Instagram's first software engineers, realized he was building an engine for addiction. 'There's always another hashtag to click on', Hochmuth said. 'Then it takes on its own life, like an organism, and people can become obsessive'. Instagram, like so many other social media platforms, is bottomless. Facebook has an endless feed; Netflix automatically moves on to the next episode in a series; Tinder encourages users to keep swiping in search of a better option. Users benefit from these apps and websites but also struggle to use them in moderation. According to Tristan Harris, a 'design ethicist', the problem isn't that people lack willpower; it's that 'there are a thousand people on the other side of the screen whose job it is to break down the self-regulation you have'.¹⁹⁶

Gamers weten dat dit net zo goed geldt voor ieder goed computerspel. Tieners op Snapchat worden verleid om iedere dag hun 'snapreeksen' bij te houden.^a De drijvende kracht hierachter is eenvoudig: hoe meer tijd men kijkt naar beelden, hoe groter de kans is dat adverteerders hen kunnen beïnvloeden, en dus hogere inkomsten voor

^a Een journalistieke reportage hierover verscheen in oktober 2018 in *Vrij Nederland*: zie paragraaf 'Streak-partner', pp. 43-48.

de fabrikant.^a Van dit aandachttrekkende mechanisme wil iedere ondernemer gebruik maken: sigarettenfabrikanten en frisdrankmakers weten hier ook alles van.

Wat Postman niet kon weten, maar wat Alter pijnlijk blootlegt, is dat de smartphones significant indringender zijn dan de televisie:

Phones are disruptive by their mere existence, even when they aren't in active use. They're distracting because they remind us of the world beyond the immediate conversation, and the only solution, the researchers wrote, is to remove them completely.¹⁹⁷

Over de televisie werden zulke verregaande uitspraken niet gedaan. Een televisie in een café stoort de conversatie, het volstaat echter om deze uit te zetten. Een smartphone op tafel, weliswaar uit, blijft storen, doordat deze een beroep doet op een veel sterkere nieuwsgierigheid: de smartphone zendt een constant vragende prikkel uit of iemand anders *jou* heeft willen benaderen.¹⁹⁸

De cijfers in Alters boek liegen er niet om:^b gemiddeld kijkt men drie uur per dag op zijn smartphone en ongeveer 41% van de bevolking heeft zelf te kampen met enige vorm van verslaving.¹⁹⁹ De nagenoeg automatische greep naar de broekzak in de pauze van een college is hier een uiting van.²⁰⁰ Onderzoek laat zien dat een even groot percentage te maken heeft met serieuzere verslavingen:

One recent study suggested that up to 40 percent of the population suffers from some form of Internet-based addiction, whether to email, gaming, or porn.^c

Hiertoe behoort ook winkelverslaving en andere vormen die vaak onzichtbaar blijven voor de omgeving. De ergste vormen van verslaving hebben dikwijls desastreuze gevolgen: het verlies van werk, familie, controle over het leven.²⁰¹ Ook is men geneigd om veel tijd te verspillen met zijn telefoon. Tijdsverspilling is echter niet een nieuw verschijnsel. Sommige mensen zijn verslaafd aan sigaretten, anderen aan tijdschriften en nu is een groot aantal verslaafd aan de telefoon. Dit is niet de essentie van het probleem. Het feit dat een klein apparaat iemands manier van leven zo sterk kan beïnvloeden, dat het menselijk functioneren bijna afhangt van de nabijheid van een telefoon, doet vermoeden dat heel de menselijke *setup* een andere instelling heeft gekregen.

In deel I van *Irresistible* laat Alter zien dat dit vermoeden klopt, vooral op biologisch niveau.²⁰² De smartphone biedt namelijk veel mogelijkheden tot de ervaring van korte genotsmomenten, die veroorzaakt worden door dopamineshots:²⁰³ het ontvangen van een berichtje, het kunnen kijken naar dat filmpje waar de nieuwsgierigheid

^a Adverteerders zijn belangrijk. Een andere oorzaak, en deze is voor sommige techbedrijven nog belangrijker, is dat de bewuste tijd die een gebruiker doorbrengt op een applicatie, nieuwe data oplevert die de fabrikant kan verkopen aan derden. Het verdienmodel van het bedrijf is veelal gebaseerd op de *conscious time* die ik als gebruiker doorbreng op zijn applicatie.

^b Ik ben mij ervan bewust dat Alter zijn data verkregen heeft onder Amerikanen. Op dit gebied zijn de Amerikanen zeker niet anders dan Europeanen en waarschijnlijk zelfs niet dan de meeste samenlevingen wereldwijd. De smartphone is overal en de problemen die deze met zich meebrengt, zijn van toepassing op de mens in het algemeen.

^c Zie Alter, A. (2018), p. 26. Van Noort, W. (2017), p. 48, haalt onderzoek van de Nederlandse onderzoeker Van der Stighel aan die concentratie vergelijkt met een verstelbare spotlight: "Constant een smartphone in de buurt hebben zorgt voor een bredere spotlight. Een smartphone in je broekzak zorgt ervoor dat je continu een beetje bezig bent met de mogelijkheid dat er nieuwe informatie binnenkomt. (...) Of vergelijk het met een gezellige borrel op vrijdagmiddag als je na een dag werken behoorlijke honger hebt. Je bent dan zo gespist op een schaal bitterballen die straks eventueel langskomt dat je minder goed oplet bij gesprekken. De Facebookapp op je smartphone belooft je de hele tijd onbewust de mentale variant van een bitterbal".

iemand brengt, het gevoel van verrassing bij de zoveelste update van een nieuwsbericht. Dopamine is tevens de *driver* achter veel reguliere verslavingen zoals drugs, drank en seks. Het brein brengt een correlatie tot stand tussen het nemen van drank en het verwachte genot dat hieruit voortvloeit. Dopamine versterkt de wil om drank te nuttigen. Sterker nog, dopamine kan al worden afgegeven bij de gedachte aan drank.²⁰⁴ Net zo goed kan er al dopamine worden afgegeven bij een sportverslaafde bij het strikken van zijn veters.²⁰⁵ Relevant voor dit hoofdstuk is dat de smartphone een bron is van verhoogde dopamine-aanmaak.^a Dit geldt weliswaar ook voor drank en drugs - en in zekere zin kan dit bij alles optreden - maar de groeiende fysieke aanwezigheid van de smartphone heeft gezorgd voor een nog nooit eerder vertoonde *peak* in ons dagelijkse dopamineniveau en beïnvloedt hiermee onze biologische *setup*.

De sterkte van de meeste verslavingen is gerelateerd aan de nabijheid van het object van de verslaving.²⁰⁶ Simpel gezegd, heroïneverslaving kan pas in den brede plaatsvinden in een omgeving waar veel heroïne is.²⁰⁷ Om die reden is een belangrijke afkickmethode ook: wisselen van omgeving, aangezien de omgeving juist bepaalde patronen oproept. Het laat zich raden waaraan de smartphone een van zijn onverslaanbare werkingen ontleent: er is bijna geen enkele omgeving waar de telefoon niet aanwezig is. De smartphone is bijna met het lichaam vergroeid geraakt. Alleen het lapje stof van de broekzak scheidt de beide objecten. Belangrijker nog, de meeste applicaties op de smartphone zijn grenzeloos, in tegenstelling tot sigaretten of een goede fles whisky die op een gegeven moment geconsumeerd zijn. Zelfs een kettingroker wordt gedwongen weer naar de winkel te gaan, wat een psychische barrière vormt. Dit geldt niet voor de *binge* gamer, of de persoon die gewend is aan het chronisch controleren van zijn e-mailbox. De *inbox* kan oneindig vaak vernieuwd worden.^b

De komst van de smartphone beïnvloedt de mens in zeer hoge mate. De smartphone biedt een grote mate aan mogelijkheden en deze vrijheid is niet zonder risico's. De democratische mens, die de vrijheid liefheeft, kan namelijk gemakkelijk slachtoffer van deze vrijheid worden. Zijn innerlijke vrijheid is hij kwijt, als de verslaving heeft toegeslagen.

Hiermee is Alters conclusie dus nog een aantal graden erger dan die van Postman en Sartori. Televisie zorgde voor een teruggang in algemeen denkvermogen, de *smartphone* lijkt ervoor te zorgen dat dit denkvermogen sterk aangetast wordt, doordat de gebruiker een verslaafd wezen is geworden. Deze vorm van verslaving ziet er wellicht onschuldig uit, omdat hij zo wijdverspreid is. Een veelvoorkomende, doch foutieve, redeneerwijze is de volgende: als veel mensen met hun smartphone bezig zijn, dan kan het niet echt verkeerd zijn. Als nagenoeg alle mensen in een treincoupé niets anders doen dan op hun telefoon filmpjes kijken of spelletjes spelen, dan kan

^a Een mooi voorbeeld hiervan wordt besproken in Van Noort, W. (2017), p. 87: "(...) het voorbeeld van een jonge vrouw, Barbra, die online toevallig een foto tegenkomt van een vakantiebestemming waar ze heen wil: dat is een trigger. Die trigger zorgt voor de actie. Barbra klikt op de foto, die naar het sociale netwerk Pinterest linkt. Die actie veroorzaakt een beloning: als Barbra op Pinterest komt, ziet ze allerlei andere interessante dingen. (...) Ze maakt het gelukshormoon dopamine aan, alleen al door de belofte van de beloning. Voor ze het weet zit ze vaker op Pinterest, op jacht naar het volgende mooie plaatje. Ze zit zó 45 minuten te scrollen op zoek naar haar volgende hit".

^b Internetverslaving is wel de meest voorkomende verslaving onder jongeren. Het valt niet in het bestek van dit proefschrift om specifiek in te gaan op deze verslavingsproblematiek. Ten eerste omdat echte verslaving nog steeds een randverschijnsel is - circa 20.000 jongeren - en ten tweede omdat het argument van dit deel zich niet zozeer richt op de extreme uiting ervan. Het idee is simpel: als van internet een verslavende werking uit kan gaan, dienen ook al de mensen die dit in beperktere mate gebruiken op te passen. Zie ook: <https://ggzinterventie.nl/internetverslaving-is-de-meest-voorkomende-verslaving-onder-jongeren> (geraadpleegd op 7 januari 2021).

men niet beweren dat dit verkeerd is. Niettemin dienen we deze redenering om te draaien. Juist omdat het obsessieve gebruik van de *smartphone* zo wijdverspreid is, dienen we vast te stellen dat het probleem groter is dan ooit. Postman en Sartori benoemden rechtstreeks de kwalijke gevolgen van een samenleving waarvan de leden gekenmerkt worden door een teruglopend denkvermogen. Voor Alter geldt dit *a fortiori* op twee niveaus: het aantal mensen dat verslaafd is, wordt vergroot en de invloed van schermen op één individu is groter geworden. Deze twee dimensies verzwakken de samenleving als geheel: Sartori's sprak over video-kinderen, de huidige situatie wordt meer rechtgedaan als men spreekt over een video-samenleving.

8.2. De democratische mens raakt verstrooid en leeft zonder concentratievermogen

Naast het mogelijke gevaar van smartphoneverslaving bestaat er een ander verschijnsel dat de kern van ons menselijk bestaan raakt. Dit probleem is de teloorgang van onze aandachtsspanne. Hierover schrijft Alter het volgende:

In 2000, Microsoft Canada reported that the average human had an attention span of twelve seconds; by 2013 that number had fallen to eight seconds. (According to Microsoft, a goldfish, by comparison, has an average attention span of nine seconds.) 'Human attention is dwindling', the report declared. Seventy-seven percent of eighteen- to twenty-four-year-olds claimed that they reached for their phones before doing anything else when nothing is happening. Eighty-seven percent said they often zoned out, watching TV episodes back-to-back. More worrying, still, Microsoft asked two thousand young adults to focus their attention on a string of numbers and letters that appeared on a computer screen. Those who spent less time on social media were far better at the task.²⁰⁸

Aan de hand van dezelfde resultaten bespreekt Wouter van Noort een verwant fenomeen: multitasken. Hierover schrijft hij:

In bijna elk onderzoeksgebied [in de sociale wetenschappen] zijn er wel weer twee of drie totaal verschillende scholen die elkaar bestrijden en totaal tegenovergestelde dingen beweren. Maar er is één onderwerp waarover psychologen zeldzaam eensgezind zijn en waarover bijna alle onderzoeken en studies hetzelfde zeggen: multitasken. (...) Multitasken is net zoiets als ijzer veranderen in goud: fantasie, wishful thinking, onzin.²⁰⁹

Juist bij het schakelen tussen verschillende taken verliest men energie en belangrijker nog, concentratie. Van Noort haalt onderzoek aan waaruit zelfs blijkt dat het IQ daalt op het moment dat iemand aan het multitasken is.²¹⁰ De *smartphone* is het apparaat *par excellence* dat deze wisseling van mentale taken vraagt. Het ene pushbericht vraagt om een antwoord, het andere geeft juist weer nieuwe informatie. Deze wisseling vraagt steeds om een andere soort hersenactiviteit en dit kunnen de hersenen vaak niet goed aan.²¹¹

Een uitgebreider behandeling van dit probleem is te vinden in het boek uit 2016 *The Distracted Mind* van Adam Gazzaley en Larry Rosen. De ondertitel is veelzeggend: *Ancient Brains in a High-Tech World*. Hun uitgangspunt is dat afgeleid-zijn, of verstrooidheid een inherente eigenschap is van de menselijke hersenen: we zijn van nature gevoelig voor interferentie.²¹² Vanuit evolutionair oogpunt is deze gevoeligheid ook wenselijk: op zoek naar voedsel is het belangrijk dat de jager niet alleen gefocust blijft op één doel, maar ook openstaat voor nieuwe informatie die zijn positie of inschatting kan wijzigen. Het feit dat we "*information-seeking creatures*" zijn, is in dit licht heel wenselijk.²¹³ Moderne technologie heeft er echter voor gezorgd dat deze gevoeligheid meer belast wordt met als gevolg dat men minder aandacht *kan* besteden waaraan men het *wil* besteden.²¹⁴ Het feit dat we

information-seeking creatures zijn, leidt er ook toe dat veel mensen zeer veel op nieuwswebsites te vinden zijn, of vaak kijken of er een nieuw bericht (informatie) is.

De grootste problemen van *the distracted mind* zijn volgens Gazzaley en Rosen de slechtere prestaties in het onderwijs, op kantoor en meer gevaar in het verkeer. Zo vermelden ze dat 9 van de 10 studenten hun laptop gebruiken tijdens college voor niet-academische redenen en dat 91% van de studenten berichtjes verstuurt.²¹⁵ Hoe jonge mensen studeren buiten de collegezaal is nog interessanter. Uit aandachtsexperimenten blijkt dat,

regardless of age, students were able to stay focused and attend to that important work [of study] only for a short period of time - three to five minutes - before most students self-interrupted their studying to switch to another task. During the fifteen-minute study period, students were able to actually study for only nine minutes. The major culprits that spurred the constant interruptions had two sources: social media and texting.²¹⁶

Veelvuldig actief-zijn op social media gaat hand-in-hand met lagere cijfers onder studenten.²¹⁷ Hun bevindingen komen overeen met wat de andere auteurs in dit hoofdstuk beweren. Men hoeft echter geen ervaren sociaal onderzoeker of psycholoog te zijn om te begrijpen dat constante afleiding leidt tot minder aandacht, en minder aandacht tot slechtere leerprestaties. Om het beeld echt scherp te krijgen is het ook belangrijk te melden dat de smartphone heeft geleid tot een significant slechtere nachtrust, wat vooral de jongste generaties het hardste raakt:²¹⁸ minder slaap, minder aandacht, dus slechtere resultaten op school.²¹⁹

Als de gevolgen zo evident negatief zijn, dan rijst de vraag, waarom mensen zich zo gemakkelijk laten afleiden. Er moet een positief gevolg zijn, zoals het plezierige gevoel bij een sigaret die ondanks zijn negatieve gevolgen toch gretig geconsumeerd wordt. Gazzaley en Rosen wijzen op twee belangrijke factoren: het vermijden van verveling en de angst om iets te missen. Dit laatste staat tegenwoordig beter bekend onder het acroniem FOMO (*the fear of missing out*).²²⁰

Gazzeley en Rosen verwijzen naar een onderzoek van Nielsen dat meldt dat het smartphonegebruik het intensiefst is, wanneer mensen alleen zijn (70%), verveeld zijn en de tijd willen doden (68%), en aan het wachten zijn (61%).²²¹ In dezelfde alinea melden ze dat:

A similar study from the UK reported that 52 percent of 1,350 adult smartphone users and 62 percent of those between eighteen and thirty reported that they prefer to use their device rather than just sit and think.²²²

Deze cijfers komen overeen met de dagelijkse ervaring dat we onze smartphone opzoeken, wanneer we ons vervelen of op iemand wachten. Deze observatie is belangrijk en fundamenteel voor wat ik in deel II van dit proefschrift verder zal betogen. Een goed gebruik van de vrije tijd is van eminent belang voor de ontwikkeling van de deugden, in het bijzonder de deugden die behoren tot het contemplatieve leven, of in de woorden van Gazzaley en Rosen, het leven van 'just sit and think'.

De tweede factor die ons smartphonegebruik sterk beïnvloedt, is angst. Wellicht zegt men tegen zichzelf dat de uren op sociale media apps voortkomen uit een liefdevolle interesse voor vrienden. Misschien is het zo dat men uit een oprecht vriendschappelijk verlangen altijd bereikbaar wil zijn voor iedereen. Gazzaley en Rosen laten zien dat deze manier van leven beter te verklaren valt op basis van een natuurlijke menselijke angst om niet

buitengesloten te worden van de groep.²²³ Het is zelden aangenaam dat een groep iets weet, of iets heeft meegemaakt, waar wij dan geen weet van hebben. Sinds de komst van sociale netwerken maken we steeds meer deel uit van een groot scala aan groepen, WhatsAppgroepen, Facebookgroepen en wat dies meer zij, en het is daarom zaak steeds bij te houden wat daar gebeurt. Gazzeley en Rosen wijzen op het feit dat vooral de jongste generatie gevoelig is voor deze angst om buitengesloten te worden. De puberteit brengt van zichzelf al veel sociale onzekerheden mee, en deze onzekerheden worden extra gestimuleerd doordat FOMO vaker kan ontstaan.²²⁴ Het is daarom niet verwonderlijk dat deze generatie de smartphone hoofdzakelijk gebruikt om Facebook, Instagram, WhatsApp of Snapchat bij te houden.²²⁵ Later in dit hoofdstuk zullen we zien dat de makers van deze platforms meesters zijn in het aanspreken van deze menselijke angst om ervoor te zorgen dat we ook zo lang mogelijk onze aandacht besteden aan hun producten.

8.3. De consequenties: verslaving en een verlies aan concentratievermogen

Een grotere kans op verslaving, een tanend concentratievermogen, *the fear of missing out*: deze fenomenen zijn niet bevorderlijk voor iemands productiviteit in algemene zin. Specifiek zijn het vooral de activiteiten die concentratie vergen en uithoudingsvermogen die als eerste onder druk komen te staan. Het wordt veel moeilijker om een lange tekst te kunnen lezen of een stuk geconcentreerd te schrijven. Veel activiteiten in het culturele domein vragen om dergelijke capaciteiten: een kunstvoorstelling, het bezoek aan een museum, het aandachtig kunnen bijwonen van een college, het lezen van een boek, het hebben van een langdurige, diepgaande conversatie. Ik beweer hier niet apocalyptisch dat deze vermogens allemaal zullen verdwijnen, ik zeg enkel dat een minder ontwikkelde - of kapotgemaakte - aandachtsspanne het beoefenen van dit type activiteiten sterk onder druk zet.²²⁶

Een dergelijke ontwikkeling kan niet los worden gezien van het sociale en politieke domein. Waar eerder in dit boek nog kritisch werd gekeken naar wat er zou gebeuren als vermaak een te grote rol zou innemen in het politieke domein, komt nu de vraag op wat het betekent voor een gemeenschap wanneer haar leden te kampen hebben met een steeds teruglopende aandachtsspanne. Tocqueville zag eenzelfde fenomeen al in 1840. Ik haal zijn citaat uit hoofdstuk 1 opnieuw aan:

Wanneer een inwoner van een democratie niet door zijn behoeften wordt gedreven, dan tenminste door zijn verlangens, want te midden van al het goede dat hij om zich heen ziet, is er niets van wat volledig buiten zijn bereik ligt. Hij doet dus alles haastig, stelt zich met half werk tevreden en staat nooit langer dan een ogenblik stil om elk van zijn daden te overwegen.²²⁷

Wat verdwijnt er, als aandacht verdwijnt? Precisie, weloverwogenheid, geduld. Omdat er weinig aandacht is, zal men vaker met half werk tevreden zijn. Een student zonder aandacht is geen goede student. Een schoenmaker zonder aandacht zal geen goede schoenen kunnen maken. Een bruggenbouwer zonder aandacht is een gevaar voor de samenleving. Kortom: met het verdwijnen van aandacht staat de algehele kwaliteit van een samenleving onder druk. *A fortiori* wordt dit problematisch wanneer de leiders van onze gemeenschap deze kwaliteit ontberen.

Alter bespreekt ook een bijkomend verschijnsel. De makers van social media spelen niet alleen vernuftig in op onze sociale natuur, Alter beweert ook dat onze manier van sociale interactie sinds hun komst intrinsiek aan het

veranderen is. Hiermee reageert hij op het idee dat de aard van sociaal contact niet anders is of zij nu *online* of *face-to-face* is, zolang het contact er maar is. *Online* vrienden kunnen werkelijk vrienden zijn. Alter betwijfelt deze opvatting en haalt Hilarie Cash aan die een kliniek heeft opgericht voor internetverslaafden. Hierover schrijft Alter:

Cash has seen dozens of adolescents, mainly boys but also girls, who have no problem interacting with peers online, but can't carry a conversation with someone sitting across from them. The problem worsens when you encourage adolescent males and females to interact. "How do you learn and talk and flirt and date (...) if you've only mixed with other people online", Cash asked. "Our guys get side-tracked, and they develop intimacy disorders (...)".²²⁸

Als het klopt dat conversatie een kunst is, dient zij geoefend te worden. Het is om deze reden heel goed voor te stellen dat jonge mensen die significant minder geoefend zijn in sociale situaties, doordat zij namelijk steeds de gemakkelijke weg van de telefoon gekozen hebben, het moeilijk hebben om zich te handhaven in situaties waarin de iPhone traditioneel geen plek inneemt. Hoe moet men zich voorstellen aan een medestudent in een nieuw werkcollege? Hoe op een borrel met nieuwe collega's? In mijn ervaring als docent heb ik al meerdere malen meegemaakt dat jonge studenten bij een borrel alleen met hun telefoon stonden, omdat ze niet wisten hoe ze een praatje moesten aanknopen met iemand. De smartphone weet onze sociale natuur zeker aan te spreken, maar deze is tegelijk de reden dat de bloei hier onder druk is komen te staan. In het volgende hoofdstuk ga ik nader in op dit verschijnsel.

8.4. De achterliggende mechanismes

Als Alters analyse klopt, dan hebben we te maken met een groot probleem. De rest van dit proefschrift beoogt een oplossing te bieden die rechtsfilosofisch van aard is. Alters bevindingen en oplossingsrichting zijn weinig filosofisch van aard. Dit betekent echter niet dat Alters inzichten praktisch niet van waarde zijn. Omwille van de ernst van het probleem acht ik het zinvol om nog een subhoofdstuk te wijden aan Alters bevindingen, die verklaren op welke manier de nieuwste technologie ons zo gemakkelijk verslaafd maakt. Begrip hiervan maakt het gemakkelijk om de strijd effectief aan te gaan.

Alters onderzoek laat zien dat het weinig verrassend is dat de producten van de technologie-industrie de mens zo weten te beheersen.^a Ze maken namelijk gebruik van zes bestaande eigenschappen van de mens, die, eenmaal geactiveerd, zeer gemakkelijk kunnen leiden tot verslaving. Kort gezegd maakt nagenoeg iedere *app*, *game* of apparaat gebruik van de volgende zes *buttons*: (1) het menselijke doeldenken, (2) het menselijke verlangen naar *feedback*, (3) de menselijke hang naar progressie, (4) de menselijke capaciteit voor *flow*, (5) de menselijke zwakte met betrekking tot *cliffhangers*, (6) de menselijke sociale natuur. Wat een *app*, *game* of apparaat verslavend maakt, is dat zij een aantal van deze factoren op een zeer intens niveau weten aan te spreken.

^a Dat hier sprake is van opzet en zeker niet van een bijverschijnsel wordt bevestigd door Van Noort, W. (2017), p. 87, die vertelt over het jaarlijkse congres op Stanford University, aan de rand van Silicon Valley, met de titel *Habit Summit*: "Bij de editie van 2016 deelden onder anderen directeurs van LinkedIn en het populaire professionele netwerk Slack hun trucs om verslaafd te maken. 'Duik in consumentenpsychologie, productontwerp en gedragswetenschappen om producten te maken die blijven plakken', stond er op de posters", andere leuzen zijn, "'hoe bouw je technologie die voelt als een vriend, 'Drie stappen om de gebruikers *hooked* te krijgen', 'Pak de gebruikers af van je concurrent'". Het mag duidelijk zijn dat de wetenschapper die hierin excelleert en het beter doet dan anderen zeer rijkelijk beloond kan worden door techbedrijven die in de rij staan voor zulke mensen.

(1) *Het menselijke doeldenken.*²²⁹ Iedere huiswerkbegeleider, coach, of *selfhelpguru* verkondigt dit: om vooruit te komen is het beter regelmatig haalbare en kleine doelen te stellen dan minder vaak grote doelen. De beginnende renner kan beter iedere week één kilometer verder lopen dan besluiten per maand er vier kilometer bij te doen. Het schrijven van een boek behoudt zijn vaart, wanneer de schrijver per sessie een haalbaar doel voor zichzelf stelt, bijvoorbeeld 1.000 woorden per dag. Heeft de schrijver eenmaal dit doel behaald, dan kan hij voldaan een vinkje zetten bij die activiteit. Hierdoor blijft de algemene motivatie hoog. Deze motivatie wordt aangesproken in de digitale wereld. Zo zet de taalapp *Duolingo* digitale prijzen, *experience points*, ranglijsten, aftiklijstjes in, zodat mensen gemotiveerd blijven om hun dagelijkse doelen te halen. Even zo zijn er mensen die zweren bij het behalen van 10.000 of 15.000 stappen per dag. Voor sommigen is dit zelfs een obsessie, die haar intrede heeft pas kunnen doen door de komst van een draagbaar digitaal meetinstrument. Hetzelfde mechanisme schuilt nagenoeg achter iedere *game*: wat een kick geeft, is doelen behalen. Het spelen van *games* kan zorgen voor behoorlijk wat succesmomenten per dag. Het is geen verrassing dat deze *apps* nog aantrekkelijker worden, wanneer succesmomenten in het echte leven soms uitblijven.

Een venijnig verschijnsel is de *inbox*. Kennelijk bestaat er een verlangen om de e-mailbox opgeruimd te hebben en het liefst leeg. Alter meldt dat 70% van alle e-mails binnen zes seconden worden gelezen.²³⁰ Gevolg hiervan is dat veel mensen een kwart van hun dag bezig zijn met hun inbox, die ze gemiddeld 36 keer per uur raadplegen. Deze gewoontes komen doorgaans de productiviteit niet ten goede. Alter laat zien dat deze gerichtheid op het bekijken van e-mails bovendien leidt tot een significant hoger stressniveau, omdat men zich constant in een soort paraatheid bevindt.^a De makers van *Snapchat* bedienen zich van deze paraatheid. De door hen bedachte *Snapreeks* is immens populair en houdt het volgende in: "Je vriend en jij hebben een Snapreeks. Dit betekent dat jullie elkaar meer dan drie dagen achter elkaar binnen 24 uur Snaps (...) hebben gestuurd".²³¹ Heeft iemand eenmaal niets laten horen, dan is de reeks gebroken en moet men opnieuw beginnen. Hoe langer de Snapreeks, hoe hoger men komt als duo in de ranglijsten. Dus ook, zo is de gedachte, hoe langer de Snapreeks, hoe beter de vriendschap. De meeste, vooral jonge, mensen zijn actief in meerdere Snapreksen. Zo bevinden de Snapchatgebruikers zich constant in een soort mentale paraatheid om de Snapreeks niet te breken.²³² Jonge mensen, meiden vooral, gaan zelfs zover dat ze elkaar hun wachtwoorden geven, wanneer ze weten dat ze op een plek zullen zijn zonder internet.²³³ Het breken van een Snapreeks moet namelijk te allen tijde voorkomen worden.

(2) *Het menselijke verlangen naar feedback.*²³⁴ Een mens komt in beweging wanneer het einddoel in zicht is. Evenzo wordt een mens gemotiveerd wanneer hij feedback krijgt. Bij kleine kinderen - nagenoeg zonder enige uitzondering - is de stopknop in de bus, of in de lift, zeer aantrekkelijk, omdat er een respons is na het drukken. Volwassenen blijken wat dit betreft weinig anders te zijn. Knoppen op websites grijpen de aandacht. Onze liefde

^a Van Noort, W. (2017), p. 94, laat zien dat onze omgang met e-mail ook te maken heeft met de zogenaamde variabele beloning. Dit concept ontleent hij aan het bekende experiment van de psycholoog B.F. Skinner die duiven beloofde met een hapje voor het tikken op een stuk plexiglas na een bepaalde tijdsinterval. Duiven 'begrepen' in korte tijd dat er bepaalde patronen waren: beloning na 1 seconde, 30 seconden, of zelfs een aantal minuten. Toen Skinner de interval wijzigde naar 'willekeurig', werden de duiven helemaal gek. "De allergekste duiven pikten langer dan 16 uur achter elkaar meerdere keren per seconde". De overeenkomsten zijn saillant: ook de huidige mens vertikt het niet om meerdere malen per minuut op een stukje glas te tikken. E-mails zijn namelijk zeer onvoorspelbaar.

voor knoppen is voorts een van de belangrijkste factoren waarom mensen zich aangetrokken voelen tot gokkasten.²³⁵ De belangrijkste *buttons* in deze tijd zijn echter niet zozeer het online casino, maar de *buttons* op de social media zoals Facebook en Instagram. De dynamiek achter deze sociale platforms werkt heel bijzonder. Soms plaatst men een foto of verhaal op bijvoorbeeld Facebook, dat gekeurd kan worden door vrienden met een muisklik op de knop 'vind-ik-leuk'. Geen enkele reactie krijgen zou vreselijk zijn, vooral omdat ook anderen zien dat iemand amper respons krijgt.²³⁶ Veel reacties krijgen is aangename feedback: andere mensen geven erkenning en om die reden is het ook zaak om zo vaak mogelijk te kijken of er ook bevestiging is. Dit is niet alles. Men krijgt meer 'vind-ik-leuks' op eigen posts wanneer die persoon zelf ook genereus is bij anderen: *do ut des*. Hierdoor ontstaat een trigger om zelf actief te zijn en ruimhartig op die 'vind-ik-leuk'-knop te drukken. Het sociale mechanisme van deze websites zorgt ervoor dat zij heel vernuftig de aandacht en tijd weten vast te houden.^a

(3) *De menselijke hang naar progressie.*²³⁷ De derde belangrijke factor is dat veel applicaties gebruik maken van de wens om voortuitgang te boeken. Zo zijn veel spellen in het begin gemakkelijk: ze laten de speler in het begin snel winnen, om later pas uitdaging te bieden en dus echte aandacht te vragen. Alter verklaart het succes van het meest gespeelde spel ooit *Super Mario Bros.* ook aan de hand van dit principe: zowel de beginner als de gevorderde heeft plezier in dit spel.²³⁸ CandyCrush is zo populair geworden, omdat op een aantrekkelijke manier de persoonlijke voortuitgang wordt bijgehouden. Het succes van een *app* of *game* wordt grotendeels afgemeten aan het aantal keren dat mensen terugkeren bij deze *app* of *game*. Sommige zijn hier zeer succesvol in geworden.

(4) *De menselijke capaciteit voor flow.*²³⁹ In het verlengde van het vorige aspect ligt wat Alter *flow* noemt en dit begrip ontleent hij aan de Hongaarse psycholoog Csikszentmihalyi. Flow "describes the experience of tackling a moderate challenge with the skill to master that challenge".²⁴⁰ Een eerste kenmerk is dat mensen zo ondergedompeld kunnen zijn in een activiteit dat ze de tijd vergeten. Een ander kenmerk van *flow* is dat de activiteit de sensatie geeft dat het energie oplevert in plaats van verbruikt. Zo bestaan er in de professionele coachingswereld verscheidene workshops die van dit concept gebruik maken om mensen een antwoord te bieden op de vraag wat hun talent en professionele roeping is.²⁴¹ De ervaring van *flow* zou hiervan een indicator kunnen zijn. De ene persoon ervaart *flow* bij het geven van college, de ander bij het bestuderen van een goed boek, en weer een ander tijdens een vergadering. De ervaring van *flow* is dus bijzonder: het geeft namelijk inzicht in wie iemand is als persoon en voor welk doel iemand leeft. Het is *flow* die ervoor kan zorgen dat een schrijver door inspiratie een briljant boek verzint of idee uitwerkt, of dat een manager juist die snaar weet te raken bij zijn werknemers. Omgekeerd zijn mensen vaak ongelukkig, omdat ze op hun werk niet een dergelijke *flow*-ervaring hebben.

De makers van computerspellen begrijpen de psychologische dynamiek van *flow* goed en zetten die in hun spellen. Dit heet de *ludic loop*.²⁴² Iedere game-maker weet dat, om ervoor te zorgen dat mensen het spel zo lang mogelijk spelen, dat ze in een toestand van *flow* moeten komen. Dat betekent dat de groeiende spelvaardigheid evenredig dient te stijgen met de moeilijkheidsgraad van het spel. In het echte leven is dit soms lastig te bereiken:

^a Een soortgelijk fenomeen, dat ook in dit rijtje past, is het idee van de app als *slot machines*: als je een app opent, krijg je misschien een *reward*: een notificatie, berichtje, like. Kleine kinderen zijn gek op cadeaus die geopend worden. Om die reden zijn de video's waarin verrassingseieren geopend worden zo immens populair op YouTube.

op een gegeven moment is het moeilijk om steeds nieuwe uitdagingen te vinden waardoor bijvoorbeeld iemands werk saai wordt. In de virtuele wereld wordt deze evenredigheid zeer eenvoudig bewerkstelligd, aangezien het niveau zich kan aanpassen aan de behendigheid van de speler. Elke fervente speler van race- of voetbalspelletjes weet dit: elke keer wordt het niveau hoger, waardoor het spelen altijd uitdagend blijft. YouTube maakt gebruik van dezelfde mechanismes. Het laat steeds video's verschijnen met 'aanbevolen voor jou'. Instagram suggereert welke vrienden we kunnen *taggen*. Op deze manier wordt er op een kunstmatige manier *flow* tot stand gebracht. Sommige *gamers* zien zichzelf als professionals. Vanuit *flow* bekeken is dit begrijpelijk: *flow* geeft namelijk dezelfde sensatie bij de *gamer* die een geboren docent of musicus ervaart wanneer hij doceert dan wel muziek maakt.

(5) *De menselijke zwakte met betrekking tot cliffhangers.*²⁴³ De aantrekkingskracht van *cliffhangers* is geen nieuw fenomeen. Al decennialang maken makers van films, boeken en series hiervan gebruik. *Cliffhangers* zorgen voor een grotere nieuwsgierigheid. Een groot verschil met eerder is dat het sinds kort mogelijk is om de *cliffhanger* zonder wachten op te lossen. Voorheen werd iemand verplicht een week te wachten om te zien of Ross en Rachel zouden trouwen in *Friends*. Tegenwoordig wordt de volgende aflevering al afgespeeld in *Netflix*, als men de *post-play* functie niet heeft uitgeschakeld. Sinds de komst van deze optie is het zogenaamde *binge watching* ontstaan. Alter verklaart dit verschijnsel door te wijzen op het feit dat men bijna gedwongen wordt een keuze te maken om na de tweede aflevering nog één te kijken - en daarna nog één. Wanneer dit automatisch gebeurt - YouTube maakt gebruik van hetzelfde mechanisme - zijn mensen geneigd te blijven hangen. Platforms zoals *Netflix* passen in ditzelfde rijtje: zonder hen zou er geen *binge watching* bestaan.

(6) *De menselijke sociale natuur.*²⁴⁴ Er zijn weinig menselijke aspecten sterker dan de natuur om met anderen in interactie te zijn. *No man is an island entire of itself*. De meeste mensen onderhouden doorgaans veel contacten en de komst van de moderne communicatiemiddelen, in het bijzonder sms en later WhatsApp, heeft ervoor gezorgd dat deze alleen maar gegroeid zijn. Het niet beantwoorden van WhatsAppberichten is zelfs sociaal problematisch: het kan worden ervaren alsof men een bekende met opzet niet groet op straat. Facebook en Instagram zijn zo succesvol geworden, omdat ze gebruik maken van deze natuurlijke aanleg. Mensen zijn namelijk ook geneigd om zich steeds te vergelijken met anderen. Dit is een van de belangrijkste redenen waarom mensen minutenlang kunnen *scrollen* door de nieuwsberichten op Facebook of foto's op Instagram. Andersom voeden deze platforms een ander verlangen: ze kunnen zelfbevestiging geven. Iemand kan zijn onzekerheid laten compenseren met complimenten of *kudo's* online. Belangrijk is wel dat iemand zich online van zijn beste kant laat zien, want negatieve *posts* of lelijke foto's zullen waarschijnlijk niet worden bewonderd. Online afwijzing is een grote angst en daarom steekt men veel tijd in de perfecte foto voordat deze op Instagram geplaatst kan worden.²⁴⁵ Op dit punt volstaat het om vast te stellen dat deze sociale media als geen ander weten waar de menselijke natuur door getriggerd wordt. Dat men zoveel uren doorbrengt op deze platforms is geen toeval. Hiertoe zijn ze ontworpen.

Op deze plaats is het eenvoudig om een parallel te zien met de machtige, sturende techbedrijven die een bijna despotische invloed kunnen uitoefenen over hun gebruikers. Dit doet weer denken aan Tocquevilles milde despoot uit hoofdstuk 3 van dit boek:

Boven hen [de mensen in de democratie] torent een immense en beschermende macht uit die zich als enige belast met de zorg voor hun genietingen en het toezicht op hun lot. Zij is absoluut, nauwkeurig, regelmatig, vooruitziend en zachtmoedig. Zij zou op het vaderlijk gezag lijken als zij, evenals dat gezag, tot taak zou hebben de mensen voor te bereiden op de volwassenheid, maar zij probeert juist niets anders te doen dan hen onherroepelijk in hun kindertijd vast te houden; zij ziet graag dat de burgers genieten, mits zij alleen maar aan genietingen denken. Zij werkt met genoeg aan hun geluk, maar wil er de enige vertegenwoordiger en de enige scheidsrechter van zijn; zij biedt hun veiligheid, kent en regelt hun behoeften, vergemakkelijkt hun genoegens, zorgt voor hun voornaamste zaken, staat aan het hoofd van hun nijverheid, regelt hun erfopvolging, verdeelt hun erfenissen; waarom kan zij hun niet volledig de moeite van het denken en de last van het leven besparen?²⁴⁶

Is het niet zo dat GoogleMaps ervoor zorgt dat men zich de moeite van het denken kan besparen of dat het doel van Facebook en Instagram is dat wij genieten? Deze techbedrijven zijn geen tirannen die het leven agressief beheersen en het denken kapen.^a Eerder lijken zij op deze milde despoot, die vooral zachtmoedig is, regelmatig (Facebook herinnert de gebruiker aan het feit dat hij lang niet bij haar langs is geweest) en vooruitziend (veel apps suggereren zelfs welke app weer eens geopend moet worden of waarheen men die dag moet reizen). Tocqueville heeft het goed gezien: deze despoot vernielt ons niet, maar verzwakt ons op grote schaal. Hiermee zijn we terug bij het kernprobleem. De ziel die eerst democratisch was en inmiddels digitaal, loopt het risico ernstig verzwakt te worden en te weinig in staat zelf het heft in handen te houden. Zo bekeken zijn *gamification* en alle andere technologische instrumenten niet zo onschuldig als ze wellicht lijken. Zij kunnen bijdragen aan een gemeenschap waarin het zelfstandig denken steeds meer onder druk staat, waardoor het ideaal van de burger die participeert in het politieke leven, verdwijnt. Zijn vervanger is de digitale mens die vooral weet te gehoorzamen aan de despotische impulsen van zijn eigen apparaten.^b

8.5. Conclusie

Alters boek laat goed zien hoe de smartphone als geen ander in staat is bepaalde aspecten van de menselijke natuur aan te spreken, waardoor deze bijna met de mens vergroeid geraakt is: mentaal *en* fysiek. Deze vergroeiing toont zich heel duidelijk in het aantal uren dat men doorbrengt op deze apparaten. Aangezien het toch apparaten blijven en geen werkelijke verlengstukken van ons lichaam, is het overmatige gebruik een kwestie van verslaving geworden. Het verlies aan concentratievermogen is een belangrijk en niet te onderschatten gevolg.²⁴⁷ Hiermee heeft Alter laten zien dat het proces, dat Postman en Sartori al beschreven hebben, niet gestopt is. Oppervlakkigheid, vluchtigheid en rusteloosheid zijn omgevormd in algehele verstrooidheid, een verspillen van tijd en het gebrek aan concentratievermogen, die ervoor zorgen dat de digitale mens ongeschikt is om zich met zaken van grote inspanning en moeilijkheidsgraad bezig te houden.

In het volgende hoofdstuk wil ik aandacht besteden aan een ander belangrijk gevolg van de komst van digitale technologie: de teloorgang van de cultuur van conversatie. In deel II zullen we namelijk zien dat een hoogstaande conversatiecultuur een belangrijk verschijnsel is in het leven van de tegenhanger van de democratische mens.

^a Niettemin laat ik de mogelijkheid open dat deze grote techbedrijven minder onschuldig zijn dan ze lijken. Zij bezitten zoveel informatie over 'hun onderdanen' dat ze in staat zijn hen via bijvoorbeeld chantage handelingen te laten verrichten die ze zelf niet willen. De kans bestaat dat deze bedrijven invloed willen uitoefenen op het moment dat voor hen onwenselijke individuen in de buurt van de macht komen.

^b Een nadere uitwerking van dit idee komt van Paul Roberts die in zijn *The Impulse Society* uit 2014 blootlegt hoe een groot aantal bedrijven moedwillig zijn klanten impulsiever wil maken voor eigen geldelijk gewin. Dat dit ten koste gaat van menselijke kwaliteiten zoals geduld, beraad en planning, nemen deze bedrijven schamteloos voor lief.

