



Effect' afgelopen jaar werd steeds duidelijker dat de zwarte kanten van sociale media een eigen hoofdstuk verdienen. Met het doel ontwikkelingen en bezorgdheden aan de kaak te stellen en na te denken over hoe hiermee om te gaan.

## **Analyse**

De tien in kaart gebrachte zwarte kanten van sociale media zijn gebaseerd op twee uitgangspunten. Een cultureel, sociaal-psychologisch en cognitief perspectief, en gevolgen op basis van macro- en bedrijfseconomische aspecten. Beide uitgangspunten hangen nauw met elkaar samen. De tien geïnventariseerde gevolgen op een rij:

1. Sociale media maken ons dom: de eenvoudige toegang tot grote hoeveelheden informatie en intelligentie zorgen ervoor dat mensen zich steeds meer gaan gedragen als webbrowsers, terwijl het internet een ongestructureerde verzameling van links is. Daar je oren naar laten hangen, frustreert het proces van daadwerkelijk diep en goed nadenken.
2. Sociale media maken ons asociaal: Hoewel sociale media ons verbinden, doen ze ons tegelijkertijd meer en meer op onszelf terugvallen. Technologie maakt het steeds makkelijker om vooral geen persoonlijk contact te hebben. We vermijden menselijk contact en verschuilen ons achter de technologie die ons steeds meer de baas is.
3. Verkokering en toename van oogkleppen door sociale media gebruik: In het verlengde van dom en asociaal gedrag liggen narcisme en egotripperij. Deze ontwikkeling gaat hand in hand met een serieuzer probleem. Vanuit de informatie in onze profielen wordt alle serendipiteit teniet gedaan en daarmee een belangrijke bron van creativiteit en innovatie. Met als gevolg steeds meer verkokering en structureel oogkleppengedrag. Mensen zijn zich online niet bewust van het feit dat informatie voor hen gefilterd wordt. Personalisatie verkokert en verblindt de gebruiker.
4. Onze geest wordt ziek: De mens is niet in staat om alles wat tot ons komt via sociale media te verwerken. Ons brein gaat op slot na een bepaalde hoeveelheid informatie. Teveel informatie leidt tot foute beslissingen, overbelasting en irritatie. Dat kan onbedoeld leiden tot depressie, neurose, psychose en manie wanneer gebruikers uren achtereenvolgend gekluisterd zijn aan sociale media. Inmiddels wordt dit ook onderkend door de directie van Google, Apple en Yahoo die haar medewerkers naar computervrije plekken stuurt.
5. Sociale media tasten ons geheugen aan: Uit onderzoek blijkt dat bij gebruik van sociale media vooral ons kortetermijngeheugen wordt aangesproken. Dat heeft een grote beperking omdat we gemiddeld zeven dingen tegelijkertijd onthouden. Bij informatie-overlast blokkeert het geheugen. Ons langetermijngeheugen wordt steeds minder gebruikt, terwijl dit de basis is van onze persoonlijkheid.
6. Sociale media manipuleren: Twitteraars met een goede reputatie leggen gewicht in de schaal. Hun tweets worden meer verspreid via het retweetmechanisme en hebben een grotere invloed op bijvoorbeeld voorspellingen. Beurskoersen kunnen op deze manier

eenvoudig gemanipuleerd worden. Andere voorbeelden van manipulatie door sociale media kwamen in 2011 aan het licht bij het Amerikaanse leger en verschillende overheidsinstellingen.

7. Big-brother situaties worden gevoed: Internet moet beter worden bewaakt voor het voorkomen van gevaar, zo luidde het advies na de aanslag op het Noorse Utoya. De ene gebruiker kan dat als censuur en repressie ervaren en de ander als terecht ingrijpen, wanneer er sprake is van gevaar.
8. Sociale media zetten aan tot terreur: Met smartphones is het mogelijk versleutelde berichten gratis te versturen naar grote groepen mensen. Zo was de dood van Mark Duggan aanleiding voor massale rellen in London en andere Britse steden. Zonder de inzet van sociale media was dit niet gebeurd, aldus de Britse minister-president David Cameron.
9. Sensatiezucht neemt grote vormen aan: de sociale media vragen om korte en daarmee tegelijkertijd krachtige uitspraken. Een zware zeebeving voor de kust van Chili zou zich binnen 15 uur verplaatsen naar de kust van Hawaii. Mensen op Twitter werden kwaad toen bleek dat slechts een kleine golf de baai van Hawaii binnenkabelde.
10. Sociale media zijn het einde van onze privacy: de nieuwe generatie sociale media gebruikers toont aan dat zij geen enkele moeite hebben met het actief delen van persoonlijke informatie. Volgens de CEO van Facebook is dit een sociale norm geworden.

In het rapport worden bovengenoemde gevolgen verder toegelicht.

### **Aanbevelingen voor een uitweg**

De VINT auteurs roepen op tot bezinning, beargumenteren dat en bieden een uitweg naar alternatieven voor zowel individuen als organisaties. Het antwoord is 'SlowTech; van realtime naar righttime', zo stelt het rapport. VINT is van mening dat technologie daarbij gaat helpen. Technologie wordt steeds intelligenter. En zo moeten tools in staat zijn de onmiddellijkheid van realtime te negeren en informatie in de juiste context te tonen. Vergelijkbaar met het web. Dat moet weten waar gebruikers naar op zoek zijn. Informatie moet mensen weten te vinden op basis van voorkeuren waarmee relevante gegevens gaan helpen in plaats van dat deze gegevens gebruikers storen.

"De impact van sociale media gaat verder dan oproer en relschopperij. Ze raken ons individuele sociale wezen. Wij zijn van mening dat de angel uit deze hectiek moet worden getrokken. Dat kan alleen vanuit ons gedrag en met de inzet van de juiste intelligente technologie. Van last naar lust. Op zo'n manier krijgt ons leven meer waarde en menselijkheid." Aldus de auteurs Sander Duivestijn en Jaap Bloem.

### **Over het rapport en VINT**

Het rapport 'De Zwarte Kant van Sociale Media 2012' is tot stand gekomen uitgebreid

wereldwijd literatuur onderzoek, gesprekken met wetenschappers, gedragsexperts en bedrijven en instellingen. Het rapport is beschikbaar op <http://bit.ly/ZKSMvint>.

Het Verkenningeninstituut Nieuwe Technologie van ICT-dienstverlener Sogeti is opgericht in 1993 en onderzoekt de afgelopen jaren de sociale impact van internet. Eerder verschenen boeken en rapporten zijn Open voor Business in 2006, Me the Media in 2008, Don't be Evil in 2010, Het App-Effect begin 2012 en drie onderzoeksrapporten over Big Data afgelopen jaar.

### **Over Sogeti Nederland B.V.**

*Sogeti is gespecialiseerd in het ontwerpen, bouwen, implementeren en beheren van ICT-oplossingen. Op het gebied van testen en architectuur heeft het bedrijf een dominante positie op de Nederlandse markt. Sogeti levert met gepassioneerd ICT-vakmanschap een bijdrage aan het resultaat van zijn opdrachtgevers. Het bedrijf streeft daarbij naar hechte en langdurige relaties met de opdrachtgevers. Hierdoor dragen de ICT-oplossingen van Sogeti structureel bij aan de strategische doelstellingen van klanten. Meer informatie over Sogeti is te vinden op [sogeti.nl](http://sogeti.nl) en op [werkenbijsogeti.nl](http://werkenbijsogeti.nl)*

**Noot voor de redactie: neem voor meer informatie of een fysiek exemplaar van het rapport contact op met Jolanda Peek, 06-52327513.**

