

Wie ziet nog het verschil tussen vage sites en betrouwbare bronnen?

Internet brengt niet alleen voorspoed

Dagelijks worden we geconfronteerd met internet. Doorgaans is dat positief. Zo niet, dan betreft het excessen, zoals docenten die via msn worden bedreigd. Minder aandacht is er voor negatieve aspecten op een hoger maatschappelijk niveau. Daarom belicht dit artikel juist die kant.

tekst Norbert Mirani*

Het SMM Kenniscentrum verricht onderzoek naar de doelgroep mannen, maar volgt vanzelfsprekend ook bredere ontwikkelingen op de digitale snelweg. Het is ontegenzeggelijk waar dat internet voordelen heeft en niet meer weg te denken is. Toch is het goed bewust te zijn van de negatieve gevolgen die op de loer liggen en buiten beeld blijven door jubelpublicaties zoals *The Long Tail* van Chris Anderson. En ook de verkiezing van 'you' tot *Person of the Year* door *TIME Magazine* toont slechts één kant van de medaille. In dit artikel heb ik een aantal alternatieve zienswijzen uiteengezet om het webenthousiasme enig tegenwicht te kunnen bieden.

Laten we beginnen met *The Long Tail*. In dat boek bejubelt de auteur dat iedereen online producent kan zijn van zijn favoriete content. Deze *flattening of culture* zorgt ervoor dat iedereen een oneindige keuze krijgt. Het probleem daarbij is dat hoe meer content er door amateurs het web op wordt gesmeten, hoe moeilijker het wordt om goed te onderscheiden van slecht, laat staan er geld aan te verdienen. Niches genereren minimale omzet, of zoals *The Financial Times* stelde: 'Nobody is getting rich from blogging'.

Hard schreeuwen

Blogs ondermijnen ons gevoel voor wat juist en onjuist is. Iedere posting is niets meer dan de lezing van de waarheid van weer een volgend individu. Met name jonge generaties zien geen verschil meer tussen wat ze online als 'nieuws' krijgen voorgeschoteld door vage sites en wat van betrouwbare bronnen komt zoals CNN of de BBC. De crux is dat het bewustzijn tussen amateurbronnen en pro's verdwijnt. Wie het hardst schreeuwt en online de meeste bezoekers weet te trekken, bepaalt het beeld van de werkelijkheid. Dat beeld is niet gebaseerd op kennis van experts, maar op die van amateurs op zolderkamers of onopgeleide *citizen reporters*. En het is juist de specialisatie die volgens econoom Adam Smith de hoeksteen vormt van onze welvaart. Een unieke grootheid als Albert Einstein oversteeg qua wijsheid ver het bevolkingsgemiddelde. Tussen alle *user generated content* en minimale verwijzingen naar kennis zou hier een bedreiging kunnen ontstaan voor professionele kennis.

Eerder in dit artikel is de impact van *blogging* op onze economie al aangestipt. Zeker zo interessant in dit kader is zoekmachine Google. Onder het economische begrip 'toegevoegde waarde'

wordt verstaan de waardevermeerdering die door productie ontstaat omdat het geschikter is gemaakt voor consumptie. Dit vormt de basis voor economische modellen. Het probleem bij Google is dat het een algoritme is dat content op internet koppelt en adverteerders geld vraagt als er op wordt geklikt. In termen van waardecreatie is er niets dat de miljarden aan reclamegeld die erin worden gepompt rechtvaardigt. Los van dit probleem op macroniveau zijn er ook op mesoniveau effecten merkbaar. Televisie, magazines en kranten krijgen klappen van gratis content en de relatief lage advertentietarieven online. Het snijden in kosten en goedkoper produceren zijn het gevolg. Oftewel, *real life-opname* of *studio-opname*, goedkope *gossip* in plaats van doordachte politieke inhoud. *The Economist* voorspelt dat 50 procent van de nu bestaande kranten de komende decennia nooit meer opengeslagen zullen kunnen worden.

Toekomstige generatie

Kinderen die nu opgroeien zien zoals gesteld het verschil niet meer tussen bronnen achter nieuwsfeiten. Maar ook hebben ze een andere zienswijze op 'eigendom'. Een scriptie maken met behulp van *copy/paste* is normaal, net als het downloaden van muziek, films en games. Hierdoor gaat creativiteit en intellect verloren, en dat zal nog hard nodig zijn. Want onderzoek wijst uit dat de komende generatie onder meer gevoeliger is voor autisme, minder empathisch is en slechter kan leren. Meer weten? Lees *The Cult of the Amateur: How Today's Internet is Killing our Culture and Assaulting our Economy*.

*Norbert Mirani is verbonden aan het SMM Kenniscentrum. SMM doet onderzoek met *Trendbox* en *Signs of the Time* van Carl Rohde.

■ reacties: n.mirani@smm.nl



Bedreigingen en misverstanden in het digitale tijdperk

- Meer aanbod staat niet gelijk aan beter aanbod
- Niches zijn economisch interessant
- Wat is waar/niet waar online
- Verminderd bewustzijn van achtergronden van informatie
 - Ontwrichting van economie door ontbreken van waardecreatie
 - Sneuvelen van traditionele media met een functionele rol
 - Toename plagiaat
 - Wijzigende moraal
 - Afname creativiteit en intellect