



Ik noem dit een
strijd om de geest,
en de frontlinie
daarvan is onze
aandacht

brengt. Aangevuurd door opnieuw commerciële motieven van bedrijven als Twitter en Facebook. Sociale media zijn ontworpen om impulsief gedrag en persoonlijke uitingen uit te lokken. „Mensen ervaren de publieke ruimte in toenemende mate als een extensie van hun woonkamer. Als de publieke en de privé-sfeer in elkaar overlopen, loop je tegen allerlei problemen aan. Alleen al het probleem: hoe kun je nog overeenstemming met elkaar bereiken als jouw persoonlijke emotie maatgevend is voor de inrichting van de publieke ruimte?”

Het soort bedrijven als Facebook en Twitter bestaat bij de gratie van:

Je kunt voorzien dat bedrijven als zorgverzekeraars zullen gaan bepalen hoe wij moeten leven

hoe meer mensen met elkaar communiceren en interacteren, hoe beter dat is voor hen om data te kunnen genereren. Daar drijft hun verdienmodel op. Dat entameert tot op zekere hoogte een heel impulsief gebruik van dit soort media.”

Hijgerigheid

„Ik vermoed zelfs dat de opkomst van populistische politieke stromingen deels verklaard moet worden uit de structuur van onze sociale media en de wijze waarop het internet nu vorm krijgt. Ik kijk dan gewoon naar de architectuur van het internet: het is een structuur die een enorme hyperigheid en hijge-

righeid stimuleert, waarbij men continu bezig is om te reageren op dat wat er verschijnt. Waarbij je ziet dat politici steeds meer, denk ook aan alle opiniepeilingen, gedwongen worden om de hele tijd te reageren op het *gesundes Volksempfinden* en dus steeds minder in staat zijn om een echt inhoudelijk debat aan te gaan. Want het is jouw reputatie die bepaalt of je wel of niet zetels wint.”

Reputatiesamenleving

„We leven steeds meer in een reputatiesamenleving. Het afbraakrisico wordt steeds groter. Dat heeft uiteraard voordelen: er wordt de lof gezongen op de transparantie, op het feit dat we veel beter en sneller kunnen achterhalen of een politicus wel authentiek is en of wat hij of zij zegt wel klopt. Maar aan de andere kant zorgt dit, naar mijn idee, ook voor een zekere overspannenheid.”

Een kritiek op het betoog van Schnitzler kan zijn dat hij de internetgebruiker en burger ten onrechte als machteloos afschildert ten opzichte van het 'grootkapitaal' uit Silicon Valley. Maar Schnitzler is van de school van denkers die overtuigd is dat de mens aan zelfoverschatting lijdt. „Je moet niet onderschatten hoezeer dit soort technologieën - Facebook, Google, Twitter - verslavend is. We hebben het hier over een aandachtsindustrie. Ik noem dit een strijd om de geest, en de frontlinie daarvan is onze aandacht. We moeten continu onze aandacht bij al die communicatie- en informatiestromen houden. Zo ontstaan eigentijdse pathologieën als aandachts- en concentratiestoornissen, infobesitas.

Die gelijktijdige versnippering en mobilisering van onze aandacht beantwoordt aan een archetype: dat van de junk. Niet voor niets dat we het over 'gebruikers' hebben. Voor dat idee van multitasken - daar is

steeds meer onderzoek naar gedaan - zijn we helemaal niet in de wieg gelegd: alsof we met de waakzaamheid van een wild dier op een open steppe continu in de gaten moeten houden waar wat vandaan komt.

Het is een hyperactiverende werkelijkheid waarvan ik heel veel tekenen zie dat we dat niet meer trekken en dat er ook echt onbehagen over ontstaat. Er zijn steeds meer mensen die proberen om periodes van digitale onthouding in

Als jij eenmaal in zo'n systeem zit, dan is het bijna onmogelijk om daar ooit uit te komen

acht te nemen. Dat is veelzeggend: dat wijst op verslaving.”

Het debat over digitalisering raakt aan de essentie van het mens-zijn, zegt Schnitzler. Juist daarom dat de reacties op zijn pamflet soms zo hevig zijn. „Toen ik nog een column in *de Volkskrant* had, kreeg ik nog net geen bedreigingen binnen, maar wel veel boze mails en reacties. Dat komt doordat de technologie steeds meer een extensie is van onszelf, van wie we zijn en wie we denken te zijn. Zodra je kritiek uitoefent, op het gebruik van smartphones bijvoorbeeld, dan is het alsof je de mens in zijn hart raakt.”