

# Digitale strijd der geesten

## Hoe sociale media ons denken beïnvloeden

**Sociale media zijn een serieuze machtsfactor geworden. Ze hebben een grote invloed op meningsvorming en kunnen leiden tot polarisatie en verharding in de samenleving. Wat als grote technologische bedrijven gaan bepalen wat wenselijk is en wat niet? Hoe kan in deze tijd een christen present zijn in de digitale samenleving? Door te bidden, te waken en het goede te doen. Deze tijd vraagt om bewuste christenen die de geesten kunnen duiden en mediawijs zijn.**

### Sjaak Jacobse

studeerde Civiele Techniek en Theologie en werkt nu als onderwijsadviseur en teamcoach bij Driestar educatief te Gouda. In zijn werk richt hij zich onder andere op persoonsvorming, mediawijsheid en christelijk leiderschap.

Winston Smith leeft in een samenleving die utopisch overkomt. Vrede, welvaart, waarheid en liefde maken de dienst uit. Ogenschijnlijk een heilsstaat die veel overeenkomsten heeft met een samenleving die ingericht is naar Bijbelse maatstaven.

Maar schijn bedriegt: Smith ontdekt steeds meer dat alles draait om beïnvloeding van burgers zodat ze doen wat de machthebbers willen. George

Orwell schetste in 1949 met zijn boek *1984* een grimmig toekomstperspectief: een samenleving waarin alles draait om wie beïnvloedt en wie beïnvloed wordt en waarin burgers bewust dom gehouden worden. Drie decennia later leven we in een wereld die veel trekjes heeft van het 'Oceanië' van Orwell. Zijn

we écht vrij om te denken óf is er steeds meer sprake van 'denkpolitie'? Welke invloed hebben sociale media op de wijze waarop we onze mening vormen? Wat betekent dit voor christenen die de roeping hebben om in een smakeloze en duistere wereld 'zout' en 'licht' te zijn?

### VAN STABIEL NAAR GRILLIG

Een opvallend verschijnsel van deze tijd is de beweeglijkheid van de samenleving. Politieke verkiezingen zijn tot op het laatste moment razend spannend. Niet langer is het de vraag welke partij de grootste zal worden, maar welke persoon op dat moment de meeste stemmen krijgt van de burgers. De tijd van politieke stromingen die een land een vaste kleur geven lijkt voorbij. De grillige mening van de burger lijkt te bepalen wie er in het zadel komt en wie uitgerangeerd wordt.

Dit lijkt een gezond democratisch principe, maar is de burger echt vrij om een keuze te maken?

### 'Natuurlijke vijanden' functioneerden vooral om tegenaan te schuren om zo eenheid in eigen kring te bewaren

Lange tijd werd een samenleving georganiseerd via zuilen met een eigen traditie. Elke zuil had zijn eigen nieuwsvoorziening die het nieuws inkleurde vanuit de bril waarmee vanuit deze groep naar de wereld gekeken werd. Elke groep had eigen opiniemakers én 'natuurlijke vijanden'. Deze laatste groep

functioneerde vooral om tegenaan te schuren om zo eenheid in eigen kring te bewaren. Politieke systemen integreerden deze 'bloedgroepen' en via een open debat kwam de politiek tot democratische keuzes. Inmiddels leven we in een mondiale samenleving waarin 'zuilen' nauwelijks meer een rol spelen.

## Een van de ontwikkelaars van Facebook realiseerde zich met spijt dat hij meegewerkt heeft aan het creëren van een monster

De opkomst van sociale media hebben een niet te onderschatten rol gespeeld in de ontbinding van vaste politieke systemen en in de wijze waarop we de samenleving organiseren en onze mening vormen.

### VRIJHEID EN MACHT

Het begon allemaal vrij onschuldig. Het was gericht op leuk gebruikmaken van de mogelijkheden om op internet dingen te delen met vrienden. Denk in Nederland aan het sociale medium Hyves, dat enkele jaren enorm populair was. In 2004 kwam Facebook op als serieuzer alternatief. De missie van Facebook was in die tijd 'mensen de macht geven om te delen en de wereld meer open en verbonden te maken'. Iedereen kon vanaf dat moment gratis gebruikmaken van techniek om zelf nieuws te maken, te verspreiden en nieuws in te winnen. Binnen enkele jaren werden sociale media hét middel voor heel veel mensen om digitaal mee te leven met vrienden en kennissen, om zakelijke netwerken te creëren en om nieuws te volgen. Niet voor niets is 'Broadcast yourself' de slogan van YouTube. Iedereen is een nieuwsbron, mag meedoen en kan volgers aan zich binden.

Inmiddels zijn de techbedrijven achter sociale media zo groot geworden dat ze

serieuze machtsblokken zijn. Facebook en Twitter moeten zich verantwoorden in de Amerikaanse Senaat en het Europees Parlement alsof ze autonome staten zijn. Overheden hebben weinig grip op deze techreuzen. Is het terecht dat ze zo behandeld worden? Steeds duidelijker wordt dat deze bedrijven een enorme invloed hebben.

De Facebookholding, eigenaar van Instagram, Facebook en WhatsApp, heeft inmiddels evenveel actieve gebruikers (3,2 miljard) als het

totaal aantal inwoners in de continenten Europa, Afrika, Noord-Amerika, Zuid-Amerika en Australië bij elkaar! Wie het spel Risk speelde en deze continenten veroverd had, kón niet meer verliezen. Bijna de helft van de wereldbevolking gebruikt sociale media om te communiceren en om geïnformeerd te worden. De droom van Facebook was om door open communicatie de wereld te verbeteren door iedereen een stem te geven en de mogelijkheid te bieden om gemeenschappen te bouwen en te onderhouden. Hoe zijn ze zo machtig geworden?

### MONSTER

Sociale media zouden nooit zo invloedrijk zijn als wij, de gebruikers, hun niet die macht gegeven hadden. Wie LinkedIn, Twitter, SnapChat, WhatsApp, Instagram of Facebook gebruikt, heeft de bedrijven erachter het recht gegeven om heel veel informatie te verzamelen over zijn onlinegedrag. De techbedrijven 'weten' minstens evenveel over ons dan onze beste vrienden. Van elke gebruiker wordt steeds het gedrag in kaart gebracht en de wijze waarop wij tot besluiten komen. Facebook en Google hebben inzicht in vrijwel al onze voorkeuren, onze kwetsbaarheid voor beïnvloeding en de vragen die wij in de anonimiteit van internet wél

stellen en waarvan onze huisgenoten niet eens op de hoogte zijn. Een van de ontwikkelaars van Facebook, Chris Hughes, onthulde in 2019 dat hij zich met spijt realiseerde dat hij meegewerkt heeft aan het creëren van een monster. De sprong in techniek maakte het mogelijk om iets te maken waarin mensen ingepakt worden in een systeem waarin ze vastgehouden worden door hun eigen psychologische behoeften. Onderzoek toont aan dat mensen maar zeer beperkt op zoek zijn naar waarheid en feiten, maar vooral waarde hechten aan bevestiging van hun eigen mening. Sociale media zorgen hiervoor door de 'feiten' en 'gegevens' te presenteren die overeenkomen met onze voorkeuren. Hoewel iedereen de mogelijkheid heeft om zelf mensen toe te voegen aan een digitaal netwerk, bepalen algoritmen welke informatie van welke vrienden ik voorgeschoteld krijg en wat niet. En omdat we voorkeur hebben voor 'alles gratis', geven we toestemming om op basis van de enorme kennis over ons gedrag en onze kwetsbaarheden gericht beïnvloed te worden door de commercie. Reclames en advertenties spelen exact in op onze verlangens en behoeften.

### BUBBELS EN WAARHEID

Deze mechanismen zorgen ervoor dat de samenleving in de praktijk georganiseerd is via zogenaamde 'bubbels' van mensen die een bepaalde mening of voorkeur delen. Het fijne van zo'n bubbel is dat het voelt als een warm bad: een groepje mensen die er net zo over denken dan jij, waarin je bevestigd wordt in wie je bent, wat je beweegt en wat je doet. Dit bubbeleffect is in zekere zin ook een beschermend mechanisme: jongeren die als christen opgroeien, worden gevoed door informatie die ze krijgen via hun christelijke netwerk. Er is echter ook een andere kant: de bubbels komen ook met elkaar in aanraking op bijvoorbeeld nieuwsfora of in het



Facebook en Google hebben inzicht in vrijwel al onze voorkeuren, onze kwetsbaarheid voor beïnvloeding en de vragen die wij in de anonimiteit van internet wél stellen en waarvan onze huisgenoten niet eens op de hoogte zijn. (foto: Bench Accounting, Unsplash)

publieke domein. Pas daar blijkt hoe sterk de meningen uiteenlopen en hoe elk kamp een eigen waarheid heeft ontwikkeld waarmee men de ander wil overtuigen. Dit overtuigen gebeurt niet langer via een debat op basis van argumenten maar door zich tegen de ander (degenen buiten mijn bubbel) af te zetten.

‘Wat is waarheid?’ vroeg Pontius Pilatus zich af toen hij recht moest spreken over Jezus van Nazareth. In een wereld waarin sociale media een belangrijke rol spelen, lijkt deze vraag overbodig te zijn. Het draait het vooral om dominante meningen. Exacte cijfers ontbreken, maar een steeds groter gedeelte van de agenda van de Tweede Kamer wordt ingevuld op basis van (reacties op) uitspraken in talkshows en tweets van politici. En ook tijdens debatten gaat het erom om met een pittige uitspraak het nieuws te halen of een snedige quote te produceren die opgepikt wordt op sociale media. Alles draait om impact

krijgen via een kort fragment in de media waarin de burger zich gezien of gehoord voelt. Debatten waarin het écht draait om de intentie elkaar te begrijpen en om via samenwerking te komen tot het goede voor de samenleving zijn een zeldzaamheid aan het worden.

#### DENKPOLITIE

De vrijheid die Facebook propageert heeft ook een schaduwkant: is het aanvaardbaar dat elke mening een podium krijgt en anderen ‘vrij’ mag beïnvloeden? Facebook heeft zich dat terdege gerealiseerd. In de loop van de jaren veranderde ze haar missie daarom naar ‘mensen de macht geven een gemeenschap te bouwen en de wereld dichter bij elkaar te brengen’. Iedereen krijgt dus nog steeds de kans om te ontstijgen aan de organische verbanden of systemen van bestaande

gemeenschappen. Je bent vrij om te kiezen wie je wilt zijn en waar je bij wilt horen, maar het ultieme doel is ‘de wereld dichter bij elkaar brengen’. Wie een verdeelde wereld dichter bij elkaar wil brengen kan niet zonder ‘denkpolitie’ die gaat bepalen wélke mening wenselijk is en welke niet.

### Overtuigen gebeurt niet langer via een debat op basis van argumenten maar door zich af te zetten tegen degenen buiten de eigen bubbel

Hierdoor hebben techbedrijven een ongekende macht gekregen over de wijze waarop we onze mening vormen: Trump of Biden? In een maatschappij waarin elk kamp miljoenen dollars uitgeeft om zichzelf neer te zetten als de leider die het goede voorheeft met de natie en de ander afschildert als iemand bij wie de macht zeker niet in goede

handen is, is het haast onmogelijk om objectief te zijn. Deze polarisatie verscheurt families. Trump is ófwel een narcistische, immorele en gevaarlijke man óf hij is de redder die opkomt voor christelijke belangen en het volk Israël.

## Waar eerder de censuur gericht was op het tegengaan van pornografisch materiaal, worden de pijlen nu gericht op het tegengaan van discriminatie

Onderzoek tijdens de vorige presidentsverkiezingen heeft aangetoond dat sociale media beide kampen hebben versterkt in hun eigen mening. Maar wat als technologische bedrijven gaan bepalen welke mening bijdraagt aan 'de wereld dichter bij elkaar brengen' en welke niet? Hoewel Facebook

uitgesproken heeft geen 'denkpolitie' te willen zijn, zijn er wél tendensen die zorgen geven. Facebook en ook andere techreuzen stellen niet alleen criteria op voor wat wél en niet getoond mag worden, maar maken ook een keuze

wat goed is en wat niet. Waar eerder de censuur gericht was op het tegengaan van verspreiding van (kinder)pornografisch materiaal, worden de pijlen nu gericht op het

tegengaan van discriminatie. Dit heeft trekjes van het Ministerie van Waarheid en het Ministerie van Liefde uit het boek 1984. Het Ministerie van Waarheid is stiekem bezig met voorlichting zodat de burger correct gaat denken en het Ministerie van Liefde is bezig met censuur en onderdrukking onder het mom

van vrijheid. Facebook bepaalt niet alleen dat foto's van zwarte pietten of roetveegpieten geweerd worden, maar gaat ook bepalen in hoeverre uitingen genoeg genderneutraal zijn en niet strijdig zijn met algemeen geaccepteerde uitgangspunten. In de praktijk kan dat betekenen dat de vrije meningsuiting van christenen behoorlijk beperkt wordt. Uiteraard krijgt iedereen de ruimte om zich uit te spreken, maar wordt de mening van een christenpoliticus straks nog online verspreid? Kan een student die onderzoek doet op basis van creationistische uitgangspunten straks nog een artikel publiceren? Wordt het geluid van een organisatie die een Bijbelse visie op huwelijk en seksualiteit wil uitdragen nog gehoord? Is er ruimte om genuanceerd nieuws te brengen vanuit Israël zonder dit te 'framen' vanuit het paradigma van een Israëlisch-Palestijns conflict?



Techbedrijven hebben een ongekende macht gekregen over de wijze waarop we onze mening vormen: Trump of Biden? (foto: Jose M., Unsplash)

## STRIJD DER GEESTEN

Een wereld die zelf bepaalt wat goed en kwaad is, waarin de mening van de meesten de enige is die gehoord mag worden en waarin technologie een opzichzelfstaande macht lijkt, heeft apocalyptische trekjes. Er is niet alleen sprake van een strijd van meningen, maar ten diepste van een strijd der geesten. Paulus waarschuwt Timotheüs voor zware tijden waarin 'de mensen liefhebbers zullen zijn van zichzelf, grootsprekers, hoogmoedig, zonder natuurlijke liefde, kwaadsprekers, zonder liefde voor het goede, verwaand, meer liefhebbers van zingenot dan liefhebbers van God' (2 Tim. 3:1-5). Paulus zegt dat er een tijd zal komen waarin 'de mensen de gezonde leer niet zullen verdragen, zullen zoeken wat hun gehoor streelt, en voor zichzelf leraars zullen verzamelen overeenkomstig hun eigen begeerten. Ze zullen hun gehoor van de waarheid afkeren en zich keren tot verzinsels' (2 Tim. 3:3-4). Deze omschrijving is niet alleen van toepassing op deze tijd maar op de hele periode van Pinkstereen tot aan de wederkomst. Wél zie je dat nu heel de samenleving, de politiek

## Heel de aarde volgt het beest. Een technologische macht die ons leven sterk beïnvloedt, die onmisbaar schijnt en steeds meer ons denken gaat bepalen

en de macht georganiseerd lijken te worden vanuit deze mechanismen. De geest van de 'mens der zonde' keert zich steeds meer tegen Gods waarheid en creëert een eigen systeem van waarheden. Dat lijkt een vrijwel onaan-tastbaar systeem. Hier ligt een parallel met Openbaring 14 waarin Johannes in de eindtijd een beest ziet opkomen uit de zee. De zee staat symbool voor de chaos van de volken die God niet

erkennen. Het veelkoppige beest heeft hoorns en diademen: symbolen van kracht en macht. Achter dit beest staat de oude draak, die het beest macht geeft, en heel de aarde gaat dit beest met verwondering achterna. Kan hier een parallel liggen met deze tijd? Een technologische macht die ons leven sterk beïnvloedt, die onmisbaar schijnt en steeds meer ons denken gaat bepalen. Een techniek die bewondering en verwondering oproept bij velen, maar die in het gebruik zeker niet waarden-vrij is en die zich richt tegen God.

## WIJS EN STRIJDBAAR

Dietrich Bonhoeffer leefde in een tijd waarin de kwade machten zich duidelijk manifesteerden. Via de toenmalige massamedia werd de publieke opinie beïnvloed en werden burgers instrumenten in de handen van het kwaad. Toch bidt en dankt Bonhoeffer aan de vooravond van zijn laatste jaarwisseling dat hij 'door goede machten stil en trouw omgeven is'. Hoe kan dat? Hij realiseert zich dat hij in Gods wereld is waarin het kwaad zich weliswaar roert, maar als een overwonnen vijand. Het kwaad is 'onder de troon'. God laat zijn koninkrijk komen dwars door de wereldweeën heen.

Daarom moet volgens Bonhoeffer een christen 'bidden, wachten en het goede doen'. Bidden: in de wereld staan vanuit een doorleefde relatie met God. Wachten: ingespannen uitzien naar de wijze waarop God zijn heil uitwerkt. Het goede doen: vanuit het bidden én wachten present zijn in de samenleving en het goede, dat er door Gods algemene genade is, helpen bevorderen. Hij blijft hierbij heel dicht bij het advies van

Paulus: 'Blijf bij wat u geleerd hebt en waarvan u verzekerd bent.' 'Predik het Woord. Volhard daarin.' 'Wees nuchter in alles. Lijd verdrukkingen. Doe het werk van een evangelist.'

## Radicale verandering begint niet bij stevige opinievoering, maar bij innerlijke vernieuwing

Deze strijd der geesten vraagt om bezinning. Wie gelooft dat deze wereld – ondanks de verkilling en verharding – Gods wereld is, kan zich niet terug-trekken uit deze wereld. Wie echter ongewapend de strijd ingaat, gaat zeker voor de bijl. Een christen moet present zijn, maar kan dit alleen doen toegerust met de geestelijke wapenrusting (Ef. 6). Zonder de helm van de zaligheid en het schild van het geloof zullen we stapsgewijs beïnvloed worden in ons denken en handelen. Paulus roept in de brief aan de Romeinen daarom op tot radicale verandering. Dat begint niet bij stevige opinievoering, maar bij innerlijke vernieuwing. Vanuit die radicale verandering, gewerkt door de Heilige Geest, mogen christenen wakend in Gods wereld staan, het goede doen en hierbij gebruikmaken van de techniek van deze tijd. Net zoals een strijder moet oefenen, vraagt deze houding ook om oefening om de geesten te duiden, patronen te doorzien, grenzen te trekken en om het goede te doen. In een steeds meer digitaal geworden samenleving is het daarom essentieel om de godsdienstige en morele vorming te verbinden met praktische vorming. Wie zich beweegt in de wereld van sociale media moet niet alleen mediavaardig zijn, maar vooral mediawijs. Door telkens terug te gaan naar Bijbelse waarden mag een christen, zelfs in een onlinesamenleving waarin dit geluid gemarginaliseerd dreigt te worden, het goede doen en zo een zoutend zout en een lichtend licht zijn.