

INHOUD

Inleiding, met katten 9

ARGUMENT EEN

Je verliest je vrije wil

Welkom in de kooi die overal met je mee
naartoe gaat 13

De gestoorde geleerde lijkt zich toch iets aan te trekken
van de hond in de kooi 16

Belonen en straffen 19

Het aantrekkelijke van het onbegrijpelijke 22

De hemel en de hel, dat zijn de anderen 27

Bits om ze te laten bijten 30

Verslaving versus netwerkeffect 33

Verslaving en vrije wil zijn tegenovergesteld 35

ARGUMENT TWEE

**Stoppen met sociale media is de beste manier om de
gekke van onze tijd te bestrijden**

De BUMMER-machine 38

De onderdelen waaruit de bumper-
machine is opgebouwd 42

Het probleem is beperkt, dus we kunnen het
afbakenen 51

ARGUMENT DRIE

Door sociale media word je asociaal

Zwarte sneeuw 55

Kennismaking met mijn innerlijke trol 57

Het mysterie van technologie waardoor
je nog asociaal wordt 61

De slimme schakelaar 67

Ga daarheen waar je het vriendelijkst bent 70

ARGUMENT VIER

Sociale media ondermijnen de waarheid

Iedereen weet het 72

Als mensen nep zijn, wordt alles nep 74

BUMMER is dodelijk 78

ARGUMENT VIJF

Door sociale media wordt alles wat je zegt betekenisloos

Betekenis op de tocht 84

Pod people 89

ARGUMENT ZES

Sociale media gaan ten koste van je empathisch vermogen

Digitaal opgelegde sociale afstomping 97

De verdwenen theorie in je hersenen 100

ARGUMENT ZEVEN

Sociale media maken je ongelukkig

Waarom eindigen zoveel bekende tweets met
het woord *sad?* 103

De verkeerde kant van BUMMER 107

De ivoren toren 113

ARGUMENT ACHT

Sociale media nemen je je economische waardigheid af

Dubbele BUMMER 116

Baby-BUMMER 117

Botsende BUMMER 120

BUMMER-luiken 122

Beter dan BUMMER 123

Het bedrijfsperspectief 128

Het gebruikersperspectief 130

ARGUMENT NEGEN

Sociale media maken politiek bedrijven onmogelijk

Vlamboog 133

Arabische Lente 137

Gamergate 139

LGBTQ 141

Niet links, niet rechts, maar down 142

Black Lives Matter 145

Was deze game maar vast over 152

ARGUMENT TIEN

Sociale media hebben geen boodschap aan je ziel

Ik heb een metafysische metafoor ontmoet 154

De eerste vier principes van BUMMER-spiritualiteit 155

BUMMER-geloof 162

BUMMER-hemel 165

Bestaan zonder BUMMER 167

De anti-magie van BUMMER 168

Conclusie: katten hebben negen levens 173

Noten 179

Bedankjes 187

Over de auteur 189

INLEIDING, MET KATTEN

Laten we beginnen met katten.

Overall online vind je katten, in de meest mediagenieke *memes* en de schattigste video's.

Waarom meer katten dan honden?¹

Honden smeekten mensen in de oudheid niet of ze bij hen mochten wonen; wij hebben ze gedomesticeerd.² Ze zijn gefokt op gehoorzaamheid. Ze werken voor ons. Daar is helemaal niets mis mee; het is fantastisch dat ze loyaal en betrouwbaar zijn.*

Katten zijn anders. Ze zijn met ons meegekomen en hebben tot op zekere hoogte zichzelf gedomesticeerd. Ze zijn niet voorspelbaar. Populaire hondenfilmpjes gaan meestal over de resultaten van training, terwijl de populairste kattenfilmpjes over buitenissig en verbazingwekkend gedrag gaan.

Katten zijn slim, maar als je een huisdier wilt dat je goed kunt trainen, kun je beter geen kat nemen. Wat zo aandoenlijk is als je naar een online kattencircus kijkt, is

* Peace, hondenuitdrukkers! Er wordt ook gespeculeerd dat honden zichzelf hebben gedomesticeerd, net als katten: <http://news.nationalgeographic.com/news/2013/03/130302-dog-domestic-evolution-science-wolf-wolves-human/>

dat de katten duidelijk zelf beslissen of ze het trucje dat ze hebben geleerd gaan doen of niet, of dat ze zo het publiek in wandelen.

Katten hebben het schijnbaar onmogelijke gedaan: ze zijn geïntegreerd in de moderne hightechwereld zonder zichzelf te verloochenen. Ze zijn nog steeds de baas. Je hoeft niet bang te zijn dat een geheimzinnige meme, samengesteld door algoritmen en betaald door een of andere griezelige anonieme oligarch, je kat heeft overgenomen. Niemand heeft je kat overgenomen, zelfs jij niet.

O, wat zouden we die zekerheid graag niet alleen over onze kat maar ook over onszelf hebben! Katten op internet symboliseren wat we voor onze eigen toekomst op internet wensen.

Tegelijkertijd wil je geen hond zijn, ook al hou je nog zoveel van ze, in elk geval niet als het gaat om hun positie ten opzichte van mensen, en we zijn bang dat Facebook en consorten ons tot honden maken. Als je wordt geprikkeld om online iets stoms te doen, zou je dat een respons op een ‘hondenfluitje’ kunnen noemen. Alleen honden kunnen hondenfluitjes horen. Wij zijn bang dat we ongemerkt door anderen worden aangestuurd.

Dit boek vertelt je hoe je een kat kunt worden. Hoe kun je autonoom blijven in een wereld waarin je voortdurend wordt bespied en opgejaagd door de algoritmen van een van de meest winstgevende bedrijven uit de geschiedenis van de mensheid, een bedrijf dat uitsluitend geld kan verdienen door ons gedrag te manipuleren? Hoe kun je in dergelijke omstandigheden een kat worden?

De titel van dit boek komt niet zomaar uit de lucht vallen. Ik bied je tien argumenten om al je sociale-me-

dia-accounts te verwijderen. Ik hoop dat het helpt, maar ook al ben je het met alle tien de argumenten eens, dan nog kan het zijn dat je besluit een aantal van je accounts te behouden. Dat is je privilege als kat.

Ik presenteer de tien argumenten en bespreek daarnaast een aantal manieren om naar je situatie te kijken, zodat je kunt bepalen wat voor jou het beste is. Want dat is uiteraard helemaal aan jou.

Update van de auteur, maart 2018

Dit boek is grotendeels geschreven in de laatste maanden van 2017, maar in 2018 gebeurden er dingen die uitgesproken relevant bleken te zijn. Het manuscript was klaar en op weg naar de drukker toen de treurige onthullingen over het Cambridge Analytics-schandaal naar buiten kwamen en het ontstaan markeerden van een nieuwe beweging van mensen die hun Facebook-accounts verwijderden.

Helaas toonden niet alle publieke figuren en opinieleiders hierbij de vereiste moed. Er waren sociale-media-experts die probeerden te stoppen, maar zonder succes. Er waren anderen die erop wezen dat niet iedereen het zich kon veroorloven om te stoppen en dat het daarom pijnlijk zou zijn om deze minder gefortuneerden achter te laten. Weer anderen meenden dat het irrelevant was om te stoppen omdat het er vooral om ging de overheid onder druk te zetten om Facebook regels op te leggen. Al met al was de houding van professionele commentatoren met betrekking tot accountopzeggers zelfgenoegzaam en neerbuigend. En volkomen verkeerd.

Kom op, mensen! Inderdaad, kunnen stoppen is een voorrecht; er zijn genoeg mensen die het echt niet lukt. Maar als je in de positie bent om te stoppen en je doet het niet, dan komt dat niet ten goede aan de minder gefortu-nerden. Je bekrachtigt daarmee alleen het systeem waar- in mensen gevangenzitten. Ik ben het levende bewijs dat je ook zonder sociale-media-accounts een publiek leven in de media kunt hebben. Degenen die opties hebben moeten die onderzoeken, anders blijft het een theoretisch verhaal. Ondernemers volgen het grote geld, dus als je de keuze hebt, heb je ook de macht en de verantwoordelijk- heid. Jij hebt de dwingende taak om manieren te beden- ken en te delen om zonder de rotzooi te leven die de sa- menleving kapotmaakt. Stoppen is, op dit moment, de enige manier om erachter te komen welke alternatieven er zijn voor deze enorme fout die we met zijn allen ma- ken.

ARGUMENT EEN

JE VERLIEST JE VRIJE WIL

**Welkom in de kooi die overal met je
mee naartoe gaat**

Er is iets gaande in de wereld wat volkomen nieuw is. Sinds een jaar of vijf of nog iets langer draagt vrijwel iedereen dag en nacht een apparaat met zich mee dat geschikt is voor gedragssturing door middel van algoritmen. Veel mensen hebben bovendien vergelijkbare apparaten op hun keukenblad en het dashboard van hun auto, die smart speakers heten. We worden voortdurend gevolgd en gemeten, en ontvangen aan de lopende band geconstrueerde feedback. We worden stukje bij beetje gehypnotiseerd door technici die we niet kunnen zien met bedoelingen die we niet kennen. We zijn allemaal laboratoriumdieren geworden.

Algoritmen slurpen elke seconde data over jou op. Op welk soort links klik je? Welke filmpjes kijk je helemaal uit? Hoe snel switch je van het ene aanbod naar het andere? Waar ben je als je dit soort dingen doet? Met wie heb je contact, in levenden lijve en online? Welke gezichtsuitdrukkingen laat je zien? Hoe verandert je huidtint in verschillende situaties? Wat deed je vlak voordat je besloot iets te kopen, of niet? Ga je stemmen of niet?

Al deze en vele andere metingen worden vergeleken met informatie over de levens van ontelbare anderen, die eveneens door grootschalige spionage is verkregen. Algoritmen brengen wat jij doet in verband met wat vrijwel alle andere mensen hebben gedaan.

Die algoritmen begrijpen jou niet echt, maar de macht van getallen is groot, vooral die van grote getallen. Als heel veel mensen die van hetzelfde eten houden als jij ook minder moeten hebben van foto's van een kandidaat in een roze kader dan in een blauw, dan geldt dat *waarschijnlijk* ook voor jou, en niemand hoeft te weten waarom. Statistieken zijn betrouwbaar maar dom.

Ben je verdrietig of bang, of voel je je alleen? Ben je blij, blakend van zelfvertrouwen? Word je ongesteld, is je sociale fobie op zijn hevigst?

Zogenaamde adverteerders kunnen het moment bepalen waarop je het meest ontvankelijk bent, en je vervolgens beïnvloeden met boodschappen die werken bij andere mensen met wie je bepaalde eigenschappen en situaties gemeen hebt.

Ik zeg zogenaamde adverteerders, omdat je deze directe manipulatie van mensen niet zomaar adverteren kunt noemen. Adverteerders hadden tot voor kort beperkte mogelijkheden om hun verkooppraatje te houden, en dat praatje was dan misschien gehaaid of vervelend, maar het was van voorbijgaande aard. Bovendien kregen heel veel mensen dezelfde advertenties of tv-commercials te zien; die waren niet afgestemd op het individu. Het grootste verschil met de huidige situatie is dat je toen niet voortdurend werd gemonitord om je 'dynamisch geoptimaliseerde' prikkels te kunnen toedienen die bedoeld zijn om je aandacht te trekken en je te verande-