

Als startpunt voor het adviestraject, met de werktitel Internetlogica, heeft de commissie die dit advies voorbereid vier wetenschappers gevraagd om vanuit hun verschillende disciplines hun gedachten op papier te zetten over een aantal relevante thema's voor het adviesrapport.

De communicatiewetenschapper Tamara Witschge laat in haar essay zien, op basis van onder andere haar promotieonderzoek, dat ook in het publieke debat op het Internet in- en uitsluiting plaatsvindt.

De socioloog Albert Benschop biedt een ander perspectief in zijn essay. Op basis van zijn inventarisatie van webfora met een politieke lading beargumenteert hij dat ondanks de relatieve grote hoeveelheid scheldpartijen op de diverse webfora, deze fora in sommige opzichten wel degelijke gezien kunnen worden als leerscholen voor de democratie.

Gijs van Oenen, politicoloog en cultuurfilosoof, plaats de huidige ontwikkelingen op het gebied van nieuwe media in breder perspectief en waarschuwt in zijn essay voor 'interactieve metaalmoetheid'. De grote nadruk op interactiviteit kan volgens hem er toe leiden dat mensen juist geneigd zijn zich er van af te wenden.

Tenslotte stelt de communicatiewetenschapper Professor Mark Deuze in zijn essay dat wij niet meer met media, maar in de media leven. Media dringen steeds dieper door in ons bestaan via de wijze waarop we communiceren en alledaagse beslissingen nemen, tot aan de manier waarop we de wereld om ons heen zien en begrijpen. De komst van mobiele apparaten versterkt deze ontwikkeling.

Deze verschillende perspectieven hebben geholpen bij de gedachtevorming van de commissie en de aanscherping van de adviesvraag.

Mobiliteit en leven in media¹

Prof. dr. M. Deuze

¹ Delen van deze tekst werden eerder gepubliceerd in "Omzien naar de Toekomst: Jaarboek ICT en Samenleving 2008|09", (uitgave: Media Update Vakpublicaties), en in de essays "Mobilities" (met co-auteur Moises Montenegro) en "Media Life" (met co-auteurs Peter Blank en Laura Speers), beide beschikbaar in het open online IU Scholarworks archief (URL: <https://scholarworks.iu.edu>).

Het is inmiddels een cliché: we leven een digitaal leven, ondergedompeld in media, zijn altijd en overal bereikbaar. Ons mediagebruik - en vooral dat van jongeren - schuift langzaam maar zeker op naar apparaten en functies, die met elkaar gemeen hebben dat ze draagbaar, draadloos, convergent en genetwerkt zijn: het beste voorbeeld daarvan is wel de eigentijdse mobiele telefoon, waarbij activiteiten als bellen, mailen, chatten, websurfen, fotograferen, televisiekijken en (alleen of samen met anderen) spelletjes spelen volledig door elkaar heen lopen. Het leven is vergeven van al dan niet nieuwe media, die steeds dieper doordringen in ons bestaan, variërend van de apparaten die we elke dag gebruiken en de wijze waarop we communiceren en alledaagse beslissingen nemen, tot aan de manier waarop we de wereld om ons heen zien en begrijpen. We leven met andere woorden niet meer *met* media, maar *in* media.

De cijfers zijn welbekend: wereldwijd hebben meer dan 4,5 miljard mensen een mobiel telefoonabonnement, ten opzichte van 1,3 miljard mensen met een landlijnverbinding (uit een totale wereldbevolking van ongeveer 6,7 miljard mensen). Vooral in Latijns-Amerika en Afrika hebben veel meer mensen een mobieltje dan een vaste telefoon (tweederde van alle mobiele telefoongebruikers woont in ontwikkelingslanden). Daarnaast heeft een groeiende groep gebruikers van deze mobiele technologie toegang tot breedbandinternet (volgens de laatste tellingen van de International Telecommunications Union gaat het daarbij om ongeveer een half biljoen mensen). Los van de mobiele telefoon vindt communicatie in toenemende mate draadloos en draagbaar plaats: via laptops en netbooks bijvoorbeeld. Vooral in de Azië-Pacific regio is de mobiele toegang tot internet populair, met groei- en gebruikscijfers die veel hoger liggen dan bijvoorbeeld in Europa of Noord-Amerika.

Uit marktonderzoek en wetenschappelijke studies blijkt hoezeer mensen van alle rangen en standen verknocht zijn aan hun draagbare apparaten (voor relevante referenties zie de bibliografie aan het eind van dit essay):

driekwart van alle mensen met een mobiele telefoon verlaat het huis nooit zonder;

- vooral tieners zien hun mobieltje als een mode-item: een apparaat dat niet alleen bepaalde functies heeft, maar nadrukkelijk gebruikt wordt als statussymbool en expressie van een bepaalde levensstijl;

- in tegenstelling tot internetgebruik op de PC heeft onze fascinatie voor mobiele communicatie meer te maken met intimiteit, sociale verbondenheid en connectie dan met escapisme;
- de verwachtingen rondom het gebruik van mobiele telefoons - bijvoorbeeld het altijd beschikbaar zijn, het permanent (kunnen) communiceren met familie, vrienden, en collega's, de notie dat communicatie onafhankelijk van tijd en plaats kan plaatsvinden - hebben met elkaar gemeen dat deze de traditionele machtsverhoudingen in een gemeenschap ontwortelen, aangezien communicatie en connectie nu zowel letterlijk als figuurlijk buiten toezicht en controle van sociale instituten (de overheid, de werkplaats, het gezin) plaatsvinden.

Volgens Rich Ling en Jonathan Donner is er in de hedendaagse samenleving sprake van een mobiele logica, gebaseerd op de alomtegenwoordigheid van geavanceerde mobiele ICT, die tot uitdrukking komt in zich snel verankerende culturele spelregels voor het alledaagse maatschappelijke verkeer. Deze logica vormt het uitgangspunt van deze bijdrage, waarin ik de impact van mobiele communicatie op maatschappelijke verhoudingen bespreek aan de hand van drie wezenlijke elementen van mobiele logica: constante communicatie en de verwachting dat we altijd en overal bereikbaar zijn; de (verdwijnde) scheiding tussen het publieke en persoonlijke in het alledaagse leven; en de thematiek rondom toegang en controle van informatie.

Leven in Media: Samen Alleen Zijn

De populariteit van mobiele telefoons en andere vormen van persoonlijke, draagbare, en genetwerkte informatie en communicatie technologieën (ICT) is dan wel een wereldwijd fenomeen, het zijn vooral jongeren die de toon aangeven bij het gebruik en de toepassingen daarvan. Er is volgens sommigen zelfs sprake van een "mobiele generatie" van mensen, die na 1980 geboren zijn. Deze jongeren groeiden op met mobiele telefoons en het World Wide Web - beiden vormen van ICT die sinds het begin van de jaren negentig in hun huidige vorm op de markt kwamen. Zoals de televisiegeneratie voor hen weten deze mensen niet beter dan dat "mobiel" en "online" de standaarden zijn voor alledaagse communicatie. Volgens het Pew Internet & American Life Project bestaat er daardoor een duidelijke kloof tussen deze mobiele generatie en andere mediagebruikers: "[m]obile connectivity is now a powerful differentiator among technology users. Those who plug into the information and communications world while on-the-go

are notably more active in many facets of digital life."² Deze aspecten van het digitale leven zijn het beste te begrijpen als een levensstijl, waarbij mobiliteit en het 'altijd aan' zijn centraal staan. We zijn 'hier' en 'daar' tegelijkertijd, genieten van een 24/7 cultuur van virtuele en visuele 'medetegenwoordigheid'. Dit leven in media maakt het daarbij mogelijk dat alledaagse activiteiten volledig door elkaar heen lopen en versmelten: bijpraten, verliefd zijn, werken, winkelen, rekeningen betalen, politiek actief zijn, enzovoorts. Het kan allemaal met hetzelfde apparaat, waar dan ook, en op een tijdstip dat het ons uitkomt.

Er zit een paradox in deze digitale en mobiele levensstijl. Aan de ene kant zorgt de connectiviteit van de technologie en haar toepassingen - zoals bijvoorbeeld in sociale netwerken als Hyves, MySpace, en Facebook - voor een gevoel van verbondenheid met anderen. Interessant is bijvoorbeeld het gegeven dat de meest succesvolle websites wereldwijd veelal plekken zijn waar mensen bij elkaar komen om te kletsen (Twitter), te handelen (eBay), naar elkaar te kijken (YouTube), en om kennis uit te wisselen (Wikipedia); of een combinatie daarvan (Foursquare). Dit soort collectieve identiteit heeft een ontwortelend karakter, aangezien het in principe mogelijk is om jezelf te vergelijken met en actief deel te nemen aan culturen en omgangsvormen waar ook ter wereld. Voorheen was dit onthullende karakter van media vooral een functie van de televisie en waren mensen daarbij afhankelijk van de programmering en selectie door een beperkte groep professionals. Nu is iedereen in staat om zijn of haar wereldbeeld te delen en te vergelijken met een in potentie wereldpubliek. Verbondenheid is in een leven in media daardoor universeel.

Tegenover universele verbondenheid en collectieve identiteit staat de hoogstpersoonlijke, compleet op maat gemaakte en sociaal gefragmenteerde ervaring van een leven in media. Al onze apparaten en handelingen zijn erop ingesteld om in toenemende mate aangepast te (kunnen) worden aan onze individuele wensen en voorkeuren - van een unieke screensaver en ringtone tot een eigen selectie van nieuws, entertainment en interactie. Hiermee wordt de ervaring van een leven in media een vorm van 'samen alleen' zijn, waarbij iedereen communiceert en het nog maar de vraag is wie er luistert.

Hoewel niets van dit alles noodzakelijkerwijs 'nieuw' is, zijn gevolgen van een massale verschuiving naar een leven in media inclusief (dat wil zeggen: dit betreft rijk en arm, Noord en Zuid, man en vrouw, oud en jong). Dit suggereert een aspect van dit samen alleen leven dat wel degelijk anders is dan de manier

² URL: <http://www.pewinternet.org/Reports/2009/5-The-Mobile-Difference--Typology.aspx>.

waarop de meeste mensen zich in de samenleving tot elkaar verhielden: de indeling van de samenleving aan de hand van fysieke en symbolische bakens - zoals rivieren en landsgrenzen - lijkt steeds minder relevant. Samen leven is in media per definitie niet hetzelfde als samen zijn.

Constate Communicatie

Leopoldina Fortunati noemt de mobiele telefoon een "charismatische" technologie. Onze mobieltjes betekenen niet alleen van alles en nog wat voor ons - statussymbool, modeaccessoire, onmisbaar element van onze levensstijl en identiteitsvorming - maar deze betekenissen nemen ook regelmatig andere vormen aan. Ook al waren de apparaten oorspronkelijk ontwikkeld voor het bedrijfsleven, die functie veranderde al snel toen het mobieltje onderdeel werd van het alledaagse leven van het gezin. Wat bij het dagelijkse gebruik van de mobiele telefoon centraal staat is het idee van constante communicatie: we zijn altijd bereikbaar, het apparaat kan niet of slechts met grote moeite uitgezet worden, en de technologie vereist een voortdurende waakzaamheid - ten opzichte van software upgrades, kosten verbonden met eindeloos ingewikkelde gebruikstarieven, virussen en ander technologisch onheil, maar ook wat betreft de veelal onuitgesproken verwachting van anderen (vrienden, collega's, familieleden) dat plannen op het laatste moment kunnen veranderen met behulp van een enkele SMS, een haastige klik, een vlug telefoontje. Al dit moois vereist een intensieve 'microcoördinatie' van onze activiteiten en relaties.

Naast de maatschappelijke druk om ons leven tot in het kleinste detail te (kunnen) afstemmen met anderen, vraagt een uniek aspect van het constant communiceren met de mobiele telefoon onze aandacht in vrijwel elke sociale situatie waarin we terechtkomen: de aanwezigheid van 'spookdeelnemers'. Dit zijn mensen die deelnemen aan het gesprek maar er fysiek niet bij zijn. Veelal zijn dit mensen die een of meerdere deelnemers aan de sociale situatie (de vergadering, de borrel, het afspraakje) bellen of door hen gebeld worden - mensen, die allerlei verschillende rollen spelen voor de mobiele telefoongebruiker in kwestie. Los van de ethische en praktische context van dit soort belgedrag roept het de vraag op, wat nu precies de rol is van hen die niet met de telefoon bezig zijn. Opeens wordt je vriend, baas of klant een afwezige aanwezige en heeft hij of zij een dubbel masker op - eentje gericht op jou, eentje gericht op de rol en identiteit van degene aan de andere kant van de mobiele (en dus tijdloze en plaatsloze) verbinding. Hoe dan ook, een en ander voegt een extra coördinerende laag toe aan het alledaagse leven.

Een leven in media is in deze zin een bestaan van een voortdurende reeks van vaak minieme aanpassingen. De socioloog Zygmunt Bauman suggereert in dit verband dat het eigentijdse bestaan het karakter heeft van een pointillistisch schilderij, dat bestaat uit een verzameling van kleine verfstippen. In tegenstelling tot de werken in deze kunststroming hebben al die stippen (of levensmomenten) als je een stap terug doet geen samenhangend karakter, aldus Bauman. Sterker nog: afstand nemen van het alledaagse, reflecteren op al die kleine afstemmingen en aanpassingen, dat zit er in onze tijd in feite steeds minder in. Een leven in media is met andere woorden een leven in het hier en nu, met daarbij de verwachting dat wat er hierna kan gebeuren niet (meer) vast ligt, noch te voorspellen is. Dit voegt een element van vluchtigheid toe aan de levenservaring - een element dat er ook toe bijdraagt dat onze loyaliteit ten opzichte van bijvoorbeeld merken, omroepverenigingen, politieke partijen, maar zelfs ook mensen (zoals onze liefdespartners) tegenwoordig veel wankeler is dan vroeger. Deze toenemende tijdelijkheid wordt weliswaar niet veroorzaakt door media, maar kan wel degelijk gezien worden als aangejaagd door een leven in media.

Publiek en Privé

Het unieke karakter van een mobiele logica is de toenemende vervaging van grenzen tussen het publieke en persoonlijke domein. Het klassieke voorbeeld van dit argument is de ervaring van het min of meer gedwongen meeluisteren met een uiterst privé gesprek dat iemand in de trein naast je heeft via zijn of haar mobiele telefoon. Moderne mobiele apparaten die allerlei vormen van telecommunicatie en media combineren - bellen, berichten versturen, spelen, kijken, opnemen, fotograferen enzovoorts - geven de illusie van veiligheid; het apparaat en al deze geïntegreerde functies lijkt het combineren van publiek- en privé gedrag eenvoudig en beschermt te maken. Verschillende studies suggereren dat mobiele telefoongebruikers volledig geatomiseerd zijn, in nagenoeg elke sociale situatie vooral met zichzelf bezig lijken te zijn, levend in hun eigen communicatiecocon. Onderzoekers spreken bijvoorbeeld van "*tele-cocooning*", waarbij intieme relaties tussen twee of meer mensen in toenemende mate onderhouden worden met behulp van internet, de (mobiele) telefoon, brieven, en video. De vertrouwelijke informatie en communicatie die vrienden, familieleden en verliefde stelletjes daarbij uitwisselen heeft een uiterst publiek karakter, want het wordt vaak geproduceerd en geconsumeerd in de publieke ruimte. Daarnaast blijft alle informatie en communicatie die digitaal verzonden wordt gearchiveerd op de computers van gebruikers (en dat kunnen apparaten in internetcafés of bibliotheken zijn), de servers van telecommunicatiebedrijven

(zoals Internet Service Providers), en de databanken van meestal grensoverschrijdende veiligheidsdiensten (Interpol, CIA).

De versmelting van publiek -en privé gedrag is wellicht het beste te begrijpen als een uitvergroting van een historisch proces waarbij de grenzen tussen het persoonlijke en het publieke al geruime tijd aan het opschuiven zijn. Media in het algemeen zijn daarbij veelal aanjagers van deze culturele transformatie, bijvoorbeeld beginnend bij de zorg (en het enthousiasme) rondom de "vertrossing" van de samenleving in de jaren zeventig en tachtig van de vorige eeuw. In het nieuws is sinds enige tijd de opkomst van een 'intieme' journalistiek te bewonderen, waarbij verslaggevers ruime aandacht besteden aan verhalen en feiten die uitsluitend met het hoogstpersoonlijke leven van burgers te maken hebben - en dit zijn niet meer de journalisten van *Story of Privé*, maar juist de redacteurs van *de Volkskrant* en het *NOS Journaal*.

Misschien is de aanhoudende verwarring over wat nu precies publiek domein is en wat moet doorgaan voor ons idee van privé het best te begrijpen in termen van een omgekeerde wereld. Was het voorheen duidelijk dat ons persoonlijke leven beschermd was en moesten we daarbij ons best doen om publiek te zijn (en gezien te worden), nu is die situatie omgekeerd: we leven open en bloot (soms zowel letterlijk als figuurlijk) en moeten alle zeilen bijzetten om van dit publieke leven nog iets voor onszelf te houden.³

Los van deze mediaontwikkelingen is het in dit verband niet overbodig om te beseffen dat de scheiding tussen het persoonlijke en het publieke altijd al een constructie was - een manier om de samenleving te organiseren. Wetenschappers suggereren al geruime tijd dat er bij het star vasthouden aan die kunstmatige kloof een addertje onder het gras zit: de gemiddelde mens denkt niet op zo'n manier over zijn of haar leven, maar neemt voortdurend beslissingen waarbij allerlei overwegingen door elkaar heen lopen. Het fenomenale succes van de mobiele telefoon is daarmee deels te verklaren door de suggestie, dat het apparaat en al haar functies aansluit bij een bepaalde manier van leven, waarbij de categorische indeling van het dagelijks bestaan niet bepaald wordt door overheid, onderwijs of ouders. . Dat was in het verleden nogal anders, zeker als we stilstaan bij het ritme en de standenverhoudingen van de agrarische cultuur gedurende de late Middeleeuwen en de bureaucratische organisatie van het industriële tijdperk. In het huidige tijdsgewricht bestaat het ritme en de organisatie van die periode nog steeds - naast de ontwortelende flexibilisering van het dagelijkse leven zoals de meeste mensen dit nu ervaren.

³ Zie bijvoorbeeld werk van Danah Boyd in dit verband: *Public by Default, Private when Necessary*, gepubliceerd op 25 januari 2010 op de Digital Media and Learning blog; URL: <http://dmlcentral.net/blog/danah-boyd/public-default-private-when-necessary>.

Toegang en Controle

Tot slot wil ik kort stilstaan bij de problematiek rondom de toegang tot en controle van informatie in de context van mobiele communicatie en een zich snel ontwikkelende mobiele logica in de samenleving. De beheersbaarheid (of het ontbreken daarvan) van informatie en participatie is van centraal belang voor bestuur en organisatie van onze democratie, zoals Jan van Dijk aangeeft in zijn bespreking van digitale democratie: "[d]igitale democratie is het gebruik van digitale media voor de versterking van democratie in het algemeen en burgerparticipatie aan het politiek systeem in het bijzonder [...] Met deze media proberen politieke en andere maatschappelijke actoren een democratie in de praktijk te brengen die niet gebonden is aan tijd, plaats en andere fysieke condities." De mobiele telefoon speelt in dit proces een onvermijdelijke rol. Vooral Aziatische landen zoals Japan en Zuid-Korea zijn met specifiek beleid actief op het terrein van wat wel "m-government" genoemd wordt, wat veelal neerkomt op het ontsluiten van overheidsinformatie en -interactie voor mobiel telefoongebruik.

Wat opvalt bij al het onderzoek naar de rol die mobiele communicatie speelt in het alledaagse leven is het sterk antihiërarchische karakter van de technologie en het gebruik daarvan. De hiërarchie tussen arbeider en bedrijf, tussen ouders en kinderen, en tussen overheid en burger vertroebelt via de constante communicatie en het levenssfeerdoorbrekende karakter van het mobieltje. Naast de traditionele socialisatie van mensen in specifieke rollen ten behoeve van het maatschappelijke verkeer - zoon of dochter, leerling en student, burger en consument - zien we nieuwe vormen van een meer autonome een sterk individualistische socialisatie ontstaan. Met andere woorden: mensen zoeken het zelf wel uit. Dit gedrag is bijvoorbeeld te zien op maatschappelijk niveau in:

- de democratie: de groei van tijdelijke deelname in vrijwilligerswerk, maar de daling van partijpolitieke participatie;
- de economie: de groei van het aantal banen maar de daling van het aantal fte's in het bedrijfsleven (oftewel: steeds meer mensen krijgen steeds kleinere aanstellingen);
- het sociale leven: de groei van zogenaamde "instrumentele" seks onder Nederlandse tieners, waarbij volgens onderzoekers van de Rutgers Nisso Groep "niet relatievorming en intimiteit de primaire motivatie [lijken] te zijn, maar lustbeleving of materieel gewin."

Elke poging tot het controleren en beheersen van informatie en interactie in deze sociale en technologische context (deze twee kanten van de transformatie kunnen niet los van elkaar gezien

worden) is daarmee op zijn minst buitengewoon ingewikkeld. Controle gaat over het algemeen uit van principes als beheersbaarheid en structuur, terwijl een mobiele logica een voortdurende veranderlijkheid suggereert. Toegang is eveneens gebaseerd op een zekere vorm van permanentie waar het gaat om het bieden of ontzeggen van deelnamemogelijkheid aan (delen van) de bevolking, daar waar een mobiele logica tot op zekere hoogte verankerd lijkt in een nogal utilitaire (en, zoals hiervoor al aangegeven, steevast tijdelijke) eigengereidheid.

Conclusie

Mobiliteit, aldus de Britse socioloog John Urry, is een nieuw paradigma - een wezenlijk andere manier om naar de werkelijkheid te kijken. De mobiele telefoon is slechts één onderdeel van mobiliteit. Wat we soms vergeten is dat de mobiliteit van mensen, informatie, kapitaal en opvattingen al geruime tijd het leven bepaalt. Denk aan de meest dominante nieuwsverhalen van vandaag de dag: terrorisme, de kapitaalmarkt, natuurrampen en de multiculturele samenleving. Het zijn allemaal onderwerpen die met elkaar gemeen hebben dat ze voor ons allemaal grote gevolgen hebben waar we individueel weinig tot niets aan kunnen doen, en dat ze lak hebben aan nationale grenzen en andere vormen van formele maatschappelijke organisatie. Ik wil tot slot hiermee benadrukken, dat het bewust stilstaan bij ons leven in media een vergrootglas biedt om naar brede sociale, culturele, economische en politieke verschuivingen te kijken. Die verschuivingen draaien mijns inziens om een begrip van mobiliteit. Het belang van dit alles voor de organisatie van het maatschappelijk verkeer is niet te onderschatten: elk initiatief tot welke vorm van publieke informatie of communicatie dan ook zal worden gefilterd door de kenmerken van mobiliteit zoals uiteengezet in dit essay. Zonder inachtnaam van deze filters zullen vele plannen en ontwikkelingen op het gebied van digitaal burgerschap veelal bij goede bedoelingen blijven steken.

Bibliografie

Caron, A. en L. Caronia (red.) (2007). *Moving Cultures: Mobile Communication in Everyday Life*. McGill-Queen's University Press.

Bauman, Z. (2007). *Consuming Life*. Cambridge: Polity Press.

Deuze, M. (2007). *Media Work*. Cambridge: Polity Press.

Deuze, M. (2011; in voorbereiding). *Media Life*. Cambridge: Polity Press.

Frissen, V. en J. Esmeijer (red.) (2008). *Omzien naar de Toekomst: Jaarboek ICT en Samenleving 2008/09*. Lippenhuizen: Media Update Vakpublicaties.

Goggin, G. (2006). *Cell Phone Culture: Mobile Technology in Everyday Life*. New York: Routledge.

Goggin, G. en L. Hjorth (red.) (2009). *Mobile Technologies: From Telecommunications to Media*. New York: Routledge.

Ito, M., D. Okabe en M. Matsuda (red.) (2006). *Personal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life*. Cambridge: MIT Press.

Kleinman, S. (red.) (2007). *Displacing Place: Mobile Communication in the Twenty-first Century*. New York etc.: Peter Lang.

Ling, R. (2008). *New Tech, New Ties: How Mobile Communication is Reshaping Social Cohesion*. Cambridge: MIT Press.

Ling, R. en J. Donner (2009). *Mobile Communication*. Cambridge: Polity Press.

Katz, J. (red.) (2008). *Handbook of Mobile Communication Studies*. Cambridge: MIT Press.

Urry, J. (2007). *Mobilities*. Cambridge: Polity Press.