

De Big Tech maken ons wijs dat zij rebellen zijn die opkomen voor onze vrijheid. Het tegendeel is waar

Over vijf jaar bepalen de grote techbedrijven wat u leest, hoort en kijkt

Over vijf jaar hebben de grote technologiebedrijven bijna volledig de plaats ingenomen van de traditionele media, voorspelt de Duitse onderzoeker Martin Andree. Science fiction? Het is al gaande en het is één van de verklaringen achter het succes van Donald Trump, zegt hij. Tijd om in actie komen.

LAURENS KOK EN HANS NIJENHUIS

Stel je even voor: een wereld zonder Journaal, zonder Radio 1 en zonder de site van deze krant. Zonder media die door redacties worden gemaakt. Zonder hoor en wederhoor en het checken van feiten. Zonder pluriformiteit. Nu ja, ze zijn er nog wel, ergens, voor een kleine elite die bereid is er online naar te zoeken en voor te betalen. Verder loopt onze informatievoorziening via de grote platforms als Google en Facebook die aan niemand verantwoording afleggen. Martin Andree beschrijft het in een alarmerend boek: *Big Tech muss weg*.

Geen misverstand: Martin Andree is fan van digitale media. Het gaat hier ook niet over het effect van Instagram op het zelfbeeld van jongeren. Zijn waarschuwing gaat over iets groters. Namelijk: de mogelijkheid om in een democratie jezelf van informatie te voorzien. En het desastreuze effect van de grote techbedrijven daar op. „Internet is een fantastische uitvinding. Het behoort aan iedereen toe. Je kunt er je stem laten horen, je kon er andere stemmen vinden”, zegt de Duitser. „Alleen, dát internet wordt van ons gestolen, zonder dat we het merken.”

Dat zijn grote woorden. Tijd voor een introductie. Martin Andree (54) is hoogleraar digitale media aan de universiteit van Keulen. Hij heeft samen met collega's na jarenlang onderzoek in kaart gebracht op welke sites mensen hun tijd doorbrengen als ze online zijn. Immers: er zijn

kijkcijfers voor televisie, leescijfers voor kranten, bezoeken voor bioscopen, maar wat weten we eigenlijk over internet? Ja, oké, we weten hoeveel volgers een bepaalde influencer heeft, hoeveel 'bereik' een nieuwssite heeft. Maar alles bij elkaar?

Kerkhof

Dit is wat u erover hoeft te weten: minder dan tien grote namen – YouTube, Apple, Facebook, WhatsApp, Google, Amazon, eBay, Instagram en Spotify – trekken samen meer dan de helft van al het bezoek. Voeg je daar de 90 andere grootste sites bij, dan zit je al op 71 procent. Voor de ongeveer 16 miljoen andere websites rest, inderdaad, de rest. En die verhouding wordt elke dag schever. De zogenoemde 'long tail' – het idee dat er op internet oneindige ruimte is voor sites met allerlei interessegebieden en specialismen – blijkt in werkelijkheid niet te kloppen, constateert Andree. Die sites zijn er allemaal wel, maar bijna niemand komt er naar toe. „Het is er zo stil als op een kerkhof.”

Als u het in geld uitgedrukt wilt hebben: Alphabet (moederbedrijf van Google), Meta (moederbedrijf van Facebook) en Amazon slokken met z'n drieën zo'n 80 procent van de online advertentie-inkomsten op. Duizenden andere mediabedrijven moeten de resterende 20 procent verdelen.

Waar eindigt dit? Volgens Andree zijn we op weg naar een digitale wereld waarin nagenoeg al het internetverkeer gaat via grote platforms als Google, Insta-

‘Een monopolie boycotten werkt niet, want er is geen serieus alternatief’



Martin Andree: 'Big Tech muss weg'.

gram, Facebook en TikTok. En dat betekent dat traditionele media als de NOS of uw eigen (regionale) krant steeds afhankelijker wordt van die platforms en hun algoritmes om journalistieke verhalen te vertellen. Kleinere lokale nieuwssites of blogs zullen als eerste het loodje leggen.

Shampoos

En het blijft niet bij nieuws.

„Het geldt voor iedereen die online iets wil aanbieden. Of het nu journalistiek is, of muziek, of shampoos of grasmaaiers: ze zullen allemaal via de platforms moeten omdat daar nu eenmaal de meeste mensen zijn. En dus afhankelijk worden van de regels van het platform, van de algoritmen. De andere keuze is dat je zelfstandig probeert te werken. Maar dan beland je dus op dat enorme 'kerkhof', waar bijna geen verkeer is.”

Wat betekent dit voor onze keuzevrijheid en onze democratie? „Als het zo doorgaat, vindt straks

het publieke debat volledig plaats op die grote platforms. Als samenleving hebben we dan niets meer te zeggen over de manier waarop het debat tot stand komt. Je kunt niet kiezen uit het werk van verschillende redacties. Een handjevol techondernemers bepaalt dat met algoritmen.”

In de VS gaat het al die kant op: Elon Musk zette zijn platform X tijdens de verkiezingscampagne in om de Republikeinse agenda te promoten. Slechts een fractie van de Amerikanen leest de in Nederland zo vaak geciteerde krant *The New York Times*. De meesten scrollen door de platforms en nemen voor waar aan wat ze daar aangeboden krijgen. De overwinning van Trump en Musk zal het proces nog versnellen. Sterker: „We zien straks een ongekende opeenhoping van Amerikaanse macht over de Europese publieke ruimte”, zegt Andree.

De wetenschapper: „Vanaf nu zal zelfs de kleinste regelgevende actie van een Europees land tegen

Big Tech worden beschouwd als een directe aanval op de Amerikaanse regering – met drastische sancties als gevolg. Aankomend vicepresident Vance dreigde in september al dat de VS de steun voor de NAVO zou laten vallen als de EU zou besluiten om X te reguleren. Dit geeft een voorproefje van wat ons te wachten staat. We hebben twee keuzes. Of we zijn dapper en vechten terug, of we accepteren een enorme erosie van Europese democratieën.”

Om het probleem duidelijk te maken geeft hij een voorbeeld uit zijn eigen kennissenkring. Een bevriende artiest had een aanzienlijke aanhang opgebouwd op Facebook en Instagram, maar is ineens van die platforms verbannen. En daarmee een deel van zijn fans kwijt. „Hij weet zelfs niet wat hij fout heeft gedaan. In een democratische wereld zou je altijd neutrale instanties en instanties hebben. Je zou je zaak kunnen voorleggen aan neutrale rechtbanken. Maar op de platforms?

Probeer ze maar eens aan de lijn te krijgen.”

Is Andree niet te somber? Grote mediabedrijven hebben toch allemaal zelf allang de switch gemaakt naar online? *The Guardian* was in omvang de derde of vierde krant van Engeland, nu is het een veel groter merk geworden dan het op print ooit was, met een veel groter bereik. AD en de daarmee samenwerkende regionale titels hebben de afgelopen tien jaar online een enorm bereik opgebouwd, juist met dank aan de grote platforms, waarlangs veel nieuw verkeer naar hun sites kwam.

Precies dat laatste maakt ze zo kwetsbaar, zegt Andree. Als die platforms hun algoritmen veranderen, verandert meteen de hoeveelheid bezoek die je er via krijgt. Uitgevers hebben dit de laatste jaren al gemerkt. Vorige week nog meldde Google ineens dat het een experiment gaat doen: 1 procent van de bezoekers in een aantal landen, waaronder Neder-

We zijn op weg naar een wereld waarin nagenoeg al het internetverkeer gaat via grote platforms. Google.

‘Dit probleem is in principe oplosbaar: je kunt met wetgeving monopolies opbreken’

land en België, krijgen tijdelijk helemaal geen linkjes meer te zien naar nieuwsverhalen van Europese mediabedrijven. „We willen deze test gebruiken om in te schatten welke impact dit heeft op de zoekervaring van onze gebruikers en op het verkeer naar de uitgevers”, schrijft het bedrijf.

Succes uitstralen

Waarom slaan journalisten geen alarm? „Omdat de meeste journalisten maar weinig oog hebben voor de economische kant van hun werk. En omdat ze niet graag over hun eigen bedrijf schrijven”, zegt Andree. „Mediabedrijven zelf willen ook graag succes uitstralen: kijk eens wat voor nieuwe functie we hebben in onze app. Kijk eens hoeveel vooruitgang we boeken bij de digitale transformatie. Bedrijven willen alleen over zichzelf praten als ze winnen.”

Andree hoopt met zijn boek en de inmiddels meer dan 150 voordrachten die hij heeft gehouden overheden wakker te schudden.

Die hebben als enige de macht om echt in te grijpen. „Dit probleem is in principe makkelijk oplosbaar. Zo zou je met wetgeving monopolies moeten kunnen opbreken. Zulke wetgeving hebben we al voor bedrijven die door overnames te groot worden. Je zou soortgelijke wetten moeten hebben voor bedrijven die uit zichzelf te dominant worden.”

Trap er niet in hoe de grote techondernemers zichzelf voordoen, zegt hij. „Door coltruien, sneakers en hoody's te dragen, maken zij ons wijs dat zij rebellen zijn die opkomen voor vrijheid. Ze gebruiken modeterminen als 'deeleconomie', 'gemeenschap' en 'mensen bij elkaar brengen'. Alsof internet en Big Tech hetzelfde zijn! En daartegenover zetten ze dan het beeld van bureaucratische regeringen die deze vrijheid willen beperken. Het tegendeel is waar.”

In zijn boek somt Andree maar liefst vijftien maatregelen op om het internet van de heerschappij van de techreuzen te bevrijden. Om er een paar te noemen: platforms tonen beeld en tekst, dus moeten ze daarvoor ook verantwoordelijk kunnen worden gehouden, net als uitgevers. Grote platforms moeten worden verplicht links naar websites buiten het platform op alle niveaus mogelijk te maken, dus niet meer zoals bij Instagram dat je er niet meer uitkomt. En ze moeten openheid van zaken geven over omzet en bezoeken, zodat er eerlijker belasting kan worden geheven.

En gewone mensen, wat kunnen die doen? Sommige lezers zouden misschien zeggen: ga gewoon van X af, stop met Instagram. „Was het maar zo simpel. Hoe kan ik dit makkelijk uitleggen? Een monopolie boycotten werkt niet, want er is geen serieus alternatief.” Andree vergelijkt het met het monopolie wat de NS heeft op de grote spoorverbindingen in Nederland. De enige manier om je daaraan te onttrekken is niet met de trein gaan. Dat kan betekenen: niet reizen. In de digitale monopolies, die gemaakt worden door netwerkeffecten, kun je overstappen naar kleinere concurrenten, zoals Signal in plaats van Whatsapp, maar die werken vaak minder goed omdat ze gewoon minder geld hebben en de meeste andere mensen daar nu eenmaal niet zijn. „Ik verkoop mijn boek ook op Amazon. Ja wat wil je, 90 procent van de digitale boeken wordt verkocht op Amazon.” Als hij het daar niet aanbiedt, ziet niemand het, bedoelt hij.

Wat wel helpt: wees je ervan bewust en heb het erover. „Het is net als met klimaatverandering. In een democratie gaan politici pas iets doen als burgers dat aan hen vragen. Want pas dan worden ze er bij verkiezingen voor beloond. Daarom moet hier veel meer debat over komen. Ik hoop dat ik daaraan bijdraag.”



Edo Draaijer