



1990

Het World Wide Web wordt bedacht door Tim Berners Lee



1991

Het WWW gaat open voor het publiek

XS4ALL

1993

XS4all opgericht als eerste Nederlandse internetprovider voor particulieren



1994

Yahoo wordt opgericht

Wat internet betekent voor mens en maatschappij

Denken we nog na?

Wie terugblijkt, moet beseft hebben van tijd. Een geheugensteuntje. Het jaar 1998 is het jaar waarin Frank Sinatra overleed. Het jaar van de Lewinsky-affaire. Soeharto trad af. Céline Dion stond tien weken op nummer 1 met de Titanic-hit *My heart will go on*. En natuurlijk, het Nederlands Elftal verloor in Frankrijk de halve finale van het WK van Brazilië - na strafschoppen.

Dat gebeurde allemaal 12 jaar geleden. Wie het jaar 1998 in herinnering haalt zal vermoedelijk niet meteen denken aan het eerste nummer van *Emerce* - soit! Maar misschien wel aan de geboorte van Startpagina.nl. Of zelfs aan de introductie van het Nokia 5110-mobieltje. Apple kwam met de alles-in-één computer iMac G3, en Microsoft met Windows 98, waarin Internet Explorer 4.0 was geïntegreerd.

En, last but not least, de introductie van Google. Wie had toen gedacht dat 'googelen' in het woordenboek zou belanden? En elf jaar later zou 'twitteren' woord van het jaar zijn. De samenleving van de afgelopen 12 jaar in twee werkwoorden. Ze symboliseren snelheid en de informatie die we tegenwoordig altijd binnen handbereik hebben. Maar wat heeft internet met ons gedaan? 'Google heeft ons dommer gemaakt', schreef Nicolas Carr twee jaar geleden in een essay in het Amerikaanse magazine *The Atlantic*. De capaciteit voor concentratie en contemplatie is volgens hem ernstig afgenomen.

'Denken we nog na?', vraagt cultuurhistoricus Herman Pleij zich af. En hoe blij is schrijver Joost Zwagerman met de komst van het eBook?

DOOR ERIC VAN DEN BERG

ARJAN EL FASSED

Twitteraars zijn net mensen

Wie denkt dat het vooral Femke Halsema is die bij GroenLinks zoveel volgers heeft, ziet haar collega-Kamerlid Arjan El Fassed over het hoofd. De politicus heeft niet minder dan 280 duizend twitteraars achter zich aan lopen. Hij dankt dat aantal vooral aan een actie in 2009 voor een Palestijns vluchtelingenkamp op *jouwstraat.nl*. "Ik kocht voor 100 euro een eigen straatnaam. Op advies van een vriend koos ik voor de naam van mijn eigen account, dus het werd: @arjanelfassed tweetstreet. Vermoedelijk is het de eerste straatnaam ter wereld die is vernoemd naar een twitteraccount."

"Toen ik hierover een berichtje plaatste op twitter trok dat meteen de aandacht. Bekende blogs als *Wired* en *TheNextWeb* plaatsten het nieuwtje op hun site. CNN en Reuters belden de volgende dag. Beelden van



1995

Amazon wordt opgericht door Jeff Bezos, eBay wordt opgericht, Hotmail start, Michiel Frackers richt Planet Internet op



1996

Introductie Web TV, Ilse wordt opgericht als eerste NL zoekmachine



1997

Microsoft koopt Hotmail



1998

Google wordt opgericht door Sergey Brin en Larry Page, Napster ziet het licht

de straat en het nieuws werd op verschillende grote satellietzenders vertoond. Binnen twee weken was het aantal volgers enorm toegenomen. In de suggested users-list van twitter stond ik tussen @barackobama en @coldplay. Op het hoogtepunt had ik meer dan 300 duizend volgers. Dat is inmiddels met 20 duizend gezakt. Een groot aantal, bijna de helft, is van buitenlandse afkomst. En ik ben op een gegeven moment vooral in het Nederlands gaan twitteren.”

“Twitteraars zijn net mensen. Soms begrijp je iemand beter als je weet waar iemands passie voor zijn werk vandaan komt. Het is vele malen interessanter een medewerker van een bedrijf te volgen dan het corporate account van hetzelfde bedrijf dat wordt gecontroleerd door een communicatie manager.”

“Twitter is een aanwinst voor de democratie. Ik zie het als een groeiende zoekmachine van meningen, maar dan tijd- en plaatsgebonden. Iedere manier waarop de stem van

gewone mensen beter gehoord kan worden juich ik toe. Het mooie van sociale media is het vermogen om zelfcorrigerend te zijn. Voor onderwerpen als buitenlandse zaken, ontwikkelingssamenwerking en defensie is het goed te weten waarover de gewone man of vrouw in Afghanistan, Somalië of in de Gazastrook praat bij de bakker - waar hebben ze het dan over, hoe zien zij ontwikkelingen? Wat dus steeds meer nodig is, zijn wegwijzers. Als ik niet weet waar ik groepen Afghanen of Somaliërs kan vinden op verschillende sociale media, denk ik dat hier een uitgelezen kans ontstaat voor de nieuwe journalist. Die zal steeds meer moeten laten zien wat trends zijn en duiding geven.”

Arjan El Fassed (37) is Tweede Kamerlid voor GroenLinks, met de portefeuille defensie, dierenwelzijn, landbouw, natuur & visserij en ontwikkelingssamenwerking. Eerder was hij onder meer programmamanager bij de ontwikkelingsorganisatie Oxfam Novib.

HERMAN PLEIJ

Internet bereikt juist minder mensen

Laatst moest Herman Pleij, cultuurhistoricus, op het station een krantje afrekenen bij een kiosk. Het was 1,30 euro, hij gaf een tientje plus 30 eurocent, om het voor de verkoopster wat gemakkelijker te maken. Ze gaf precies 9 euro terug en zei: “Goh, wat lief!” Dat deze man met haar meedacht. Pleij: “Dat is wat je noemt inflatie van emotie. Dat het al bijzonder is als je zoiets kleins doet.”

Hij ziet het de laatste jaren om zich heen: inflatie in de sociale omgang van mensen. “Het is een paradox: hoe meer mogelijkheden je hebt om contact te maken, des te minder mensen weet je echt te bereiken. Mensen die ik zelf niet eens ken weten me per mail te vinden, iedereen kan zeggen dat ie tevreden is of dat het allemaal gelul is wat ik zeg,



1999

Nu.nl opgericht als eerste NL nieuwssite (o.a. Kees Zegers, Sacha Prins en Merien ten Houten). Het bedrijf **Blogger** wordt opgericht, **Marktplaats** wordt opgericht, **Bol.com** opgericht



2000

Eerste toepassingen van draadloos internet, **AOL** neemt **Time Warner** over



2000

Internetzeepbel, Beurskoers van **WorldOnline** keldert



2001

Start van **Wikipedia**



maar ik heb de neiging om niet meer te antwoorden.”

“Op zichzelf zijn het allemaal prachtige nieuwe mogelijkheden – snel, direct – maar we betalen ook een tol. De manier van benaderen wordt steeds heftiger, het taalgebruik ruwer, want ja, anders luistert de ander misschien niet.”

“Ik heb mezelf discipline opgelegd. Ik open één keer per dag mijn mail. Ik schrijf boeken, ik wil niet worden gestoord. Wat ook helpt: ik print met opzet mijn mails uit, dat dwingt me er eerst even over na te denken. Dat printen heeft natuurlijk wel milieubezwaren.”

“Soms antwoord je direct om er maar af te zijn, en daar kun je dan wel eens spijt van krijgen. Dat zie je natuurlijk vooral bij sms en twitter. Altijd alles direct kenbaar maken. Politici komen er ook al enigszins op terug, het is niet realistisch. Ze doen het even tussendoor of laten een secretaresse wat sturen; de authenticiteit is vaak al dubieus.”

“Snelheid is niet altijd goed. Veel communicatie is ad hoc geworden. Maar sommige zaken verdienen het dat je er langer over nadenkt.”

“Het gaat om vervlakking. En misschien ook een zekere luiheid. Ons geheugen is niet belangrijk meer. Dat heb je niet meer nodig omdat je toch alles kunt googelen. Parate kennis dat is kermis geworden, die gebruik je in quizzen. Maar vergis je niet: parate kennis heb je nodig om vragen te stellen. Alle vooruit-

gang begint met het stellen van vragen.”

Herman Pleij (67) is cultuurhistoricus en emeritus hoogleraar historische Nederlandse letterkunde aan de Universiteit van Amsterdam. Onlangs verscheen van zijn hand *Moet kunnen* (Een kleine mentaliteitsgeschiedenis van de Nederlander).

FRANK SCHALKEN

Beter met gezond verstand

De sector van de geestelijke hulpverlening is niet de meest innovatieve, dat weet ook Frank Schalken, directeur van het kenniscentrum e-hulp.nl, maar desalniettemin zijn er de afgelopen jaren meer dan honderd hulpsites ontstaan. Gokverslaving, depressiviteit, liefdesproblemen, straatvrees, suicidale neigingen, huiselijk geweld – er is altijd wel een plek op het web waar een hulpverlener of lotgenoot luistert of leest. De hulpverlening bij sites als *Sensor.nl*, *Hulpmix.nl* en *Korrelatie.nl* is de laatste jaren meer dan verdubbeld. “Het voordeel van online: het is zo prettig anoniem”, zegt Schalken. “Een nadeel: je kunt niet altijd meteen zien wie er aan de andere kant van de lijn zit.”

“Waarom zou je enkel naar een fysieke instelling kunnen? Neem alleen al de intake voor een psycholoog of psychiater: soms moet je er drie keer naar toe en dan zetten ze je ook nog achter de computer om een

vragenlijst in te vullen. Heel klantvriendelijk. Dat kan ook op internet. Het is ook perfect voor nazorg; je kunt een persoonlijk dossier bijhouden of inzien, je kunt contact houden met lotgenoten.”

“Niet alles kan zomaar online. Daar moet je mee oppassen. Thuis dokteren draagt natuurlijk altijd gevaren in zich – denk aan het gebruik aan medicijnen. Zelf meegeeft: ik was met mijn vriendin op vakantie in Ghana en zij kreeg DEET in haar ogen. Ik belde mijn broer: of hij niet even wilde googelen wat we moesten doen. Hij keek op vijf sites; vier zeiden dat je gewoon met veel water moest spoelen, de vijfde site zei dat je naar het ziekenhuis moest gaan. Dat bleek het enige juiste advies.”

Frank Schalken (40) is directeur van e-hulp.nl, een stichting die online hulp in zorg, welzijn en educatie stimuleert en ontwikkelt. Als marketeer en socioloog heeft hij zich eerder beziggehouden met veranderingen op het gebied van cliëntbenadering en ICT. Jarenlang was hij vrijwilliger bij de Kindertelefoon.

JOOST ZWAGERMAN

Hap uit mijn ruggegraat

Hij is geen ebook-lezer. Niet zijn ding. “Leuk apparaat hoor, maar je hebt toch enkel die ene bladzijde voor je”, zegt schrijver Joost Zwagerman, zelf overigens inmiddels wel te lezen als ebook. “Voor mij is een boek





2003

Skype wordt opgericht



2004

Opkomst van **podcasting**,
Oprichting **Facebook**,
oprichting **Hyves**



2005

Opkomst van **Web 2.0**,
oprichting van **YouTube**,
eBay koopt **Skype**



2006

Google koopt **YouTube**
voor 1,6 miljard dollar,
oprichting **Twitter**

> iets stoffelijks dat je in je hand hebt, on-
vervangbaar. Niet uit nostalgie, maar ik wil
een boek gewoon in mijn hand hebben, het
geheel.”

“Voor kranten is het een ander verhaal.
Ik vind het geweldig dat ik nu op de com-
puter The New York Times kan lezen of de
Guardian. Dat is zo veel makkelijker dan
elke zaterdag een krant kopen.”

“Als schrijver ben ik helemaal niet zo blij
met het ebook. Laatst ontdekten we een
site met illegale downloads. Daar bleken
drie titels van mij te staan die elk acht-
duizend keer waren gedownload. Dat is 24
duizend stuks, dat scheelt me duizenden
euro's. Ik zou daarom zelf ook nooit iets
illegaal downloaden.”

“Het ebook is een hap uit mijn rugge-
graat. Voor een papieren boek krijgt een
schrijver pak 'm beet 10 tot 15 procent,
voor een ebook, dat al minder kost, 5 à 6
procent.”

“Ik ben een zeer bescheiden gebruiker
van nieuwe media. Van alle nieuwe mo-
gelijkheden is 99 procent een zegen, maar
in mijn werkhuisje buiten de stad ben ik
nergens op aangesloten. Geen tv, geen in-
ternet. Ik doe niet mee aan die terreur van
het e-mailen of twitteren bij elke oprisping.
Ik ga ook niet midden in een vol café staan
en van alles roepen.”

Joost Zwagerman (47) is schrijver, dichter,
essayist. Hij beleefde zijn doorbraak bij het
grote publiek in 1989 met de roman Gim-
mick! Zijn romans zijn ook verkrijgbaar als

eBook. Hij schreef het Boekenweekgeschenk
2010, *Duel*. Binnenkort verschijnt *Alles is ge-
kleurd* (non-fictie) bij de Arbeiderspers.

FRITS WESTER

Opiniepanel in je broekzak

Een klein jaar geleden maakte parlementair
journalist Frits Wester een twitteraccount
aan. “Voor de zekerheid”, zegt hij – in elk
geval kon niemand dan meer met zijn naam
weglopen. Het was vlak voor de val van het
vierde kabinet Balkenende. “In de nacht
van de val zag ik dat mensen mij volgden,
dat was leuk. De dag erna had ik er duizenden
volgers bij. Nu zijn het er bijna 81
duizend. Dat is toch aardig wat, als je ziet
dat het totaal aantal twitteraars in Neder-
land rond de 300 duizend zit.”

“Twitter is een leuke nieuwe aanvulling,
maar laten we het niet groter maken dan
het is. Ik kan mensen sneller informeren,
ik kan ze verwijzen naar de RTL-uitzendingen,
ze kunnen vragen doorgeven voor een
gast in de studio. Het is een verlengstuk.
Daar ben je journalist voor. Tijdens de for-
matie twitterde ik ook over wat de beste
partijencombinatie voor een kabinet zou
zijn. Het is een opiniepanel in je broekzak.”

“Ik focus op politiek nieuws. Af en toe
iets over zeilen, maar daar blijft het bij. Ik
ga niet vertellen dat ik vanavond sperzie-
bonen eet. Mijn tweets komen ook direct
op de RTL-site. Daar wil je niet lezen of ik

een wit of zwart overhemd ga aandoen.”

“Ik zie dat een vaste groep vaak reageert.
Veel politici, en ook veel mensen die op een
of andere manier betrokken zijn bij een poli-
tieke partij. Dat levert soms discussie op.
Soms geeft het ook een groepsgevoel. Tij-
dens het debat over de regeringsverklaring
had ik geen stem, zat ik gewoon voor de tv.
Als je dan aan het twitteren bent, heb je het
gevoel dat je met heel veel mensen tegelijk
samen naar de tv kijkt.”

“Als ik even niet twitter, krijg ik al snel
te horen: waar ben je? Of: wat ben je stil...
Ach, ik weet niet of het een blijvertje is.
Vermoedelijk tot het moment dat er wéér
iets nieuws is, iets nóg leukers.”

Frits Wester (48) is politiek verslaggever/
commentator bij RTL en zeiler. Als twitte-
raar heeft hij zo'n 81 duizend volgers.

TESSA CRAMER

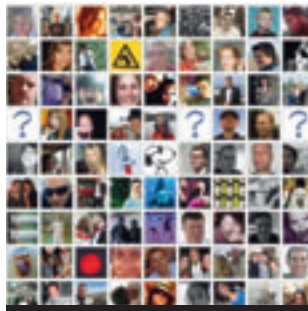
Veilig protest online

Voor jongeren moet de boodschap behap-
baar zijn – dat leerde Tessa Cramer al snel
bij campagnebureau BKB in Amsterdam,
waar ze coördinator strategie en onderzoek
is. Het bureau houdt zich onder meer bezig
met campagnes die jongeren naar de stem-
bus moet lokken, ongeacht van welke partij.
“Als je het leuk maakt, met muziek of een
festival, is het allemaal niet zo moeilijk”,
zegt Cramer, “dan willen ook jongeren wel



2007

Lancering van de **iPhone** en de **app store**



2008

Doorbraak van sociale netwerken zoals **Hyves** en **Facebook**



2009

Doorbraak van **cloud computing**, oprichting **Foursquare**



2010

Lancering van de **iPad**, Hyves wordt verkocht aan **TMG**



over politiek praten. Dat is niet negatief bedoeld, het is gewoon een andere manier van benaderen.”

Ze studeerde als sociologe af met een scriptie over haar eigen generatie. “De twintigers van nu zijn pragmatisch, materialistisch, digital natives en hebben een internationale oriëntatie. Ze gaan niet de straat op om actie te voeren tegen kabinet Rutte 1.”

“We verbinden ons wel aan acties, maar dan online. We klikken misschien op ‘like’ bij Facebook, maar dat is het dan. Veilig. Dat heeft ons in zekere zin onzichtbaar gemaakt. Mijn generatie komt niet echt meer naar voren, en dat terwijl er alle redenen toe is, dat zag je bij de verkiezingen. Nederland drijft naar de wanhoop, de Nederlander is boos.”

“De wereld van de twintigers is minder hiërarchisch dan die van eerdere generaties. Dat ligt aan de nieuwe media. Het veroorzaakt wel een probleem: het is voor hen lastig om binnen de gevestigde orde te komen, binnen de gevestigde macht. Daar gaat het allemaal via de oude structuren, via de FNV of via een politieke partij. Dat past helemaal niet meer bij deze generatie.”

Tessa Cramer (25) is coördinator onderzoek en strategie bij BKB. Eerder werkte ze als trendonderzoeker. Ze is afgestudeerd als cultuursociologe op een analyse van haar eigen generatie. Haar column “Maatschappelijk Dashboard” is te lezen in het magazine *Second Sight* en op second sight.nl.

PIET BAKKER

Internet heeft de mores veranderd

Piet Bakker, krantenkenner bij uitstek, en onder meer hoofddocent communicatiewetenschappen aan de UvA, heeft alle ‘traditionele’ media zien schuiven op het gebied van mores. “Van de comments die je nu op de krantsites ziet, zou 99 procent nooit de papieren krant hebben gehaald als ingezonden brief.”

“Normen veranderen. Waarom zou een krant nog enkel initialen van verdachten plaatsen als de volledige naam in alle andere media staat? Of waarom nog een balkje over de ogen? Iedereen pleurt alles gewoon op internet. Er is geen filter. Vaak is er bij een site maar één persoon bezig, die zelf het stukje tikt en dan ook zijn eigen eindredacteur is.”

“De mate van besmetting is groter geworden, en dat is voor een groot deel toe te schrijven aan internet. Zelfs de Times kan het bijna niet nalaten om óók over de seksuele escapades van Wayne Rooney te schrijven, omdat iedereen erover schrijft.”

“Snelheid speelt natuurlijk een belangrijke rol. Ik zie het bij mezelf. Als ik in vergadering zit en er komen drie helikopters over, pak ik toch even mijn mobiel en kijk ik op Nu.nl of AT5. Als mijn studenten iets horen over een 26-jarige man die is opgepakt na een ongeluk op de A4, weten ze binnen 20 minuten wie het is en hoe zijn vriendin heet.”

“Tegenwoordig bepaalt de zoekbalk van Google wat er tot je komt. Betalen voor een krant is niet meer vanzelfsprekend. 300 euro betalen voor een abonnement? Daar heb je bijna een nieuwe iPhone voor! Je betaalt niet meer voor content, je betaalt de provider. Alsof je de krantenjongen betaalt plus geld opzij legt voor een nieuwe brievenbus – zo moet je het ongeveer zien.”

“Toch is er geen massale migratie naar internet. Het een vervangt het andere niet. De nieuwe aanwas van jongeren ontbreekt, maar dat is wat anders. De oplage van de Nederlandse kranten daalt nu 3 procent per jaar, zit nu op zo’n 3,2 miljoen als je kijkt naar de betaalde oplage. Als je doorrekent, zou je in 2025 onder de 2 miljoen zitten. Dat is onder de kritische grens. Vooral voor de regionale kranten voorzie ik grote problemen.”

“De iPad biedt wellicht nieuwe mogelijkheden; kranten gaan weer geld vragen voor hun content. Maar er zitten haken en ogen aan. Als je bijvoorbeeld een abonnement op Wired neemt, betaal je dat via iTunes. Die pakken al 30 procent. Wie maakt de adverteerder lekker? Die wil gericht aanbiedingen kunnen doen. Het is nog helemaal niet duidelijk hoe je daar geld mee kunt verdienen.”

Piet Bakker (57) is lector massamedia en digitalisering aan de Hogeschool Utrecht en universitair hoofddocent communicatiewetenschappen aan de Universiteit van Amsterdam. Hij houdt een blog bij over gratis kranten op newspaperinnovation.com.

