



De agora – voorwaarden voor een goed gesprek

Column van Piek Knijf

Programmaliijn 2 van de Mediawijsheid Kennisdag stond in het teken van ‘Ongehoorde meningen’. Tijdens deze programmaliijn stond de vraag: ‘Hoe maken we het online publieke debat inclusiever, rijker en meerstemmiger?’ centraal. De programmaliijn werd geopend met vijf korte, prikkelende columns waarin vijf denkers hun perspectief op het thema ‘ongehoorde meningen’ gaven. Eén van hen is filosoof en data-ethicus Piek Knijff.

Mijn naam is Piek Knijff en ik ben filosoof. Dit beeld, wat je hier achter mij ziet is de fresco van Rafaël dat te zien is in het Apostolisch Paleis in Vaticaanstad. Het toont ons verschillende filosofen in het Oude Griekenland, die met elkaar in gesprek zijn op een *agora*: een open marktplaats, waar het sociale leven zich afspeelt en mensen met elkaar van gedachten wisselen. Misschien heb ik een wat romantisch beeld van dit sociale leven, want laten we wel wezen: vooral welgestelde mannen mochten daar vrij met elkaar converseren want het echte werk werd door anderen gedaan. Maar de filosofie, en de plek van de *agora* – een fysieke, openbare plek waar er náást handel ook gesproken werd – inspireert mij wel.

Door alle technologische ontwikkelingen die alleen al tijdens mijn leven, ik ben een kind van de jaren '80, hebben plaatsgevonden bestaat er nu naast die fysieke openbare plek waar we elkaar kunnen ontmoeten, ook – of gelijktijdig- een *online* plek waar mensen zich uit kunnen spreken.

De onlangs overleden filosoof Jürgen Habermas schreef in 1981 de *Theorie des kommunikativen Handelns*, waarin hij verschillende manieren van communicatie beoefenen – wat hij ziet als een handeling, dus iets wat je doet - onderscheidt. In het kort: hij maakt onderscheid tussen *strategisch* en *communicatief handelen*, waarbij strategisch handelen altijd een doel dient, en communicatief handelen gericht is op gezamenlijk begrip van de werkelijkheid. Het strategisch handelen is bijvoorbeeld gericht om mij iets te verkopen, me ergens toe te verleiden, of me ergens van te overtuigen. Er is enige vorm van dwang. Volgens Habermas is het strategisch handelen typisch iets wat in de systeemwereld plaatsvindt, de wereld van instituten, markt en overheid.

Het communicatief handelen, daarentegen, is idealiter 'open' en vanuit nieuwsgierigheid naar elkaar. Het vindt plaats in de leefwereld: dat máákt de gemeenschap. Een belangrijk kenmerk is dat het *machtsvrij* is, zonder dwang. Een goed gesprek is dus een vrije uitwisseling tussen gelijken. Dat zou op een marktplein tussen burgers kunnen plaatsvinden, maar wellicht óók online.

Als we het hebben over online gehoord worden en contact zoeken, dan gebeurt dit met name op 'sociale' media. Die sociale media bestaan uit recommender systems (aanbevelingsalgoritmes), die ons een 'feed' laten zien die enerzijds (waarschijnlijk) aansluit bij onze voorkeuren, maar anderszijds en vooral ook de belangen dienen van het platform zelf, namelijk om ons aangehaakt te houden. Heel strategisch dus.

Je kan je dus afvragen of hier wel een gesprek plaatsvindt, laat staan of er een *goed* gesprek *mogelijk* is. Macht is een factor, niet alleen bij de platforms over wiens boodschap versterkt wordt door het algoritme, maar ook de gebruiker wordt strategischer in de eigen communicatie om diens boodschap maar gehoord te krijgen. Je zou kunnen zeggen dat er op meerdere niveaus sprake is van manipulatie, en dat is communicatie die verre van vrij is.

Ik probeer me voor te stellen hoe dit er op de agora uit zou hebben gezien: dat ik alleen mag spreken als ik bij een bepaald marktkraampje sta. En dat ik, om maar het woord of podium van de marktkoopman te krijgen ik mijn boodschap zo ga brengen dat hij er ook baat bij heeft? Dat is niet wat inhoudelijk het meest relevant is, of perspectieven verbreedt. Of democratische waarden versterkt. Misschien krijg ik pas het woord, als ik er volgens de techbro's, ik bedoel marktkooplui, lekker uitzie en bereid ben naar die normen aan te passen of daar ver in te gaan. Of als ik genoeg mensen ophits, en boosmaak en daardoor aandacht weet te trekken. Ik pas me aan naar de mal. Ook heel strategisch.

Het is hoe dan ook geen manier van bijdragen aan de gemeenschap, zoals Habermas dat voor zich zag, maar het zijn bijdragen aan de *markt*. Ik sta niet eens *naast* een koopman te spreken, ik *bén* zijn koopwaar.

Hoe krijgen we onze online communicatie weer terug de leefwereld in?

Toen ik 15 was, was ik de eerste in mijn klas met internet. Het internet was toen nog een plek van idealisten. De Digitale Stad. Er werd ingezet op gemeenschap en informatieuitwisseling. Ik vond mijn peers online in fora. En even voelde het internet ook als *agora* -hoewel ik dat begrip toen wellicht nog niet kende- waarop mensen vrij, open en nieuwsgierig met elkaar van gedachten konden wisselen over allerlei onderwerpen. Op fora gelden er duidelijke regels en mores, waar mensen elkaar op aanspreken. De ordening van informatie gebeurt niet via een algoritme maar op basis van inhoud en datum van inbreng. De aanwezigheid van moderators – vaak peers – maakt het een plek van gelijken. Een digitale *gemeenschap*. Een leefwereld. (Deze manier van in contact komen met elkaar is voor veel neurodivergente mensen een veel prettigere manier van contact maken is dan op de *agora*. Het is daarmee dus ook nog eens democratiserend en inclusief.)

Voor mij waren fora plekken waar er online tegemoet werd gekomen aan de voorwaarden voor een inhoudelijke uitwisseling (of wellicht nog zijn, want Reddit). Sociale media daarentegen kapen onze conversaties, dwingen onze aandacht een bepaalde kant op, en maken het goede gesprek daarmee zelfs onmogelijk. De marktkoopman is bepalend voor de voorwaarden van uitwisseling en *wie* er gehoord worden, en niet de gemeenschap zelf, omwille van de gemeenschap.

“Sociale media daarentegen kapen onze conversaties, dwingen onze aandacht een bepaalde kant op, en maken het goede gesprek daarmee zelfs onmogelijk.”

Ik wil daarom nu van de mogelijkheid gebruikmaken een tweeledige, wellicht wat idealistische, aanbeveling te doen – zonder algoritme: één, ga op een forum het liefst één over een nerderige hobby -sowieso neem een hobby en kom van dat scherm af - en investeer in peers en bouw daarmee een gemeenschap en een netwerk van enthousiasme en kennisuitwisseling op. Zij verbreden je blik op de wereld meer dan een algoritme.

En *twéé* als je dan toch ‘sociale’ media wil doen, kies dan voor een variant die *macht* niet als factor inzet in de curatie van dat wat er aan wie getoond wordt. Of eigenlijk gewoon een verkapt advertentieplatform is en daarmee ‘norm’ bepalend of bevestigend is. Ik doe voorzichtig een

suggestie: denk aan Mastodon. (En om dan toch nog even wat strategische communicatie te doen: je vindt me daar ook, onder @filosopiek)

En voor mensen in het onderwijs, stel ik een leuk experiment voor: speel de markt na. Bouw kraampjes. Maak maskers van Zuckerberg, Musk, wie dan ook, en laat leerlingen/studenten gemaskerd plaatsnemen achter de kraampjes. Zij mogen bepalen wie op de markt het woord krijgen, volgens hun mores en belangen, met als doel zo veel mogelijk mensen bij hun kraam te krijgen. Verder zijn er geen regels. En probeer dan gelijktijdig eens eens een gesprek te voeren, inhoudelijk, genuanceerd en vrij. Ik vermoed dat dat er niet zo rustig aan toe zal gaan, als in Rafaëls fresco. Probeer het eens, zou ik zeggen.

Dankjewel.