

AANDACHTSECONOMIE

Laat de aanpak van socialemediaverslaving niet over aan techbedrijven

De overheid heeft een zorgplicht en moet onmiddellijk in actie komen tegen de toenemende socialmediaverslaving onder jongeren. Dat is essentieel om toekomstige generaties gezond te laten opgroeien in een hybride wereld.

De populariteit en het bereik van socialemediaplatforms is de afgelopen jaren enorm toegenomen. Hoewel sociale media plezierig en vermakelijk zijn, weten we steeds meer over de negatieve kanten van deze platforms. Vooral jongeren die kenmerken vertonen van een socialemediaverslaving (zoals controleverlies), zijn mentaal minder gezond, slapen minder goed en hebben lagere schoolcijfers.

Om hun reputatie hoog te houden, voegen socialemediaplatforms functies toe om jongeren te 'beschermen' tegen verslavend gebruik. Een voorbeeld hiervan is het instellen van een timer: wanneer een minderjarige gebruiker langer dan een uur op TikTok zit, krijgt het kind een melding. Dit en andere initiatieven, zoals functies voor ouderlijk toezicht en het instellen van een tijdslimiet, zijn niet meer dan 'een likje verf', oftewel *screenwashing*.

Techbedrijven hebben er natuurlijk geen belang bij dat kinderen minder gebruik maken van hun platforms: hun verdienmodel is gebaseerd op de aandachtseconomie. Dit betekent dat de aandacht van de gebruiker het product is dat wordt verkocht aan adverteerders en andere kopers. Daarom investeren socialemediabedrijven veel in het verkrijgen en behouden van de aandacht van hun gebruikers, om de gebruiksduur en daarmee de advertentie-inkomsten (en dus hun marktaandeel) te vergroten.

Vanwege dit bedrijfsmodel zullen techbedrijven altijd alles doen om het gebruik te laten toenemen in plaats van te verminderen. De zogenaamd beschermende maatregelen die door de sociale mediaplatforms zelf worden ingevoerd, worden dus op grote schaal op de markt gebracht om een positief merkimage te creëren, en niet om gezond onlinegedrag te stimuleren.

Er worden enorme teams van ingenieurs ingezet om socialemediaplatforms zo te ontwerpen dat ze verslavend zijn. Denk aan de mogelijkheid om eindeloos door te scrollen en *autoplay*, het automatisch blijven afspelen van volgende filmpjes. Hierdoor wordt een natuurlijk einde van een spelletje of filmpje tegengegaan en de aandacht van de gebruiker vastgehouden.

Een ander verslavend element is de onvoorspelbare beloning: gebruikers weten niet wanneer een beloning komt in de vorm van een nieuw filmpje of een melding, waardoor ze op zoek blijven naar zo'n beloning. Weer een element dat de gebruiksduur verlengt, waardoor het risico op verslaving stijgt.



Een jonge vrouw, verzonden in haar telefoon.

Foto Elisa Maenhout / VK



Ina Koning is universitair hoofddocent orthopedagogiek aan de Vrije Universiteit Amsterdam.



Helen Vossen is universitair docent orthopedagogiek aan de Universiteit Utrecht.

Ook al denken jongeren autonomie te hebben over welke content we op welk moment en voor hoe lang bekijken, we realiseren ons onvoldoende in welke mate dit door het verslavende ontwerp van deze platforms wordt bepaald. Een simpele en als 'beschermend' bedoelde tijdmelding weegt daarom niet op tegen alle ingebouwde andere verslavende elementen.

Hoewel socialemediaplatforms voor iedereen gevaarlijk kunnen zijn, zijn jongeren extra kwetsbaar. De jonge hersenen zijn nog in ontwikkeling; jongeren hebben meer moeite met zelfcontrole en een sterkere voorkeur voor kortetermijnbeloningen.

De verslavende elementen van socialemediaplatforms zijn daardoor riskanter voor jongeren dan voor volwassenen. Daarnaast vervullen sociale media de behoefte om bij een groep te horen: het is

Lange tijd werd gedacht dat mediawijsheid voldoende was om jongeren weerbaar te maken tegen de risico's van sociale media. Dat is een illusie gebleken

belangrijk om mee te kunnen praten over de dagelijkse inhoud van sociale media. Daarom zijn niet alle kinderen in staat en gemotiveerd om te stoppen met het gebruik van sociale media na een tijdmelding die ze ook vrij eenvoudig (met een code) kunnen weggliken.

Om jongeren te beschermen tegen de verslavende effecten van sociale media, heeft de overheid, net zoals bij tabak, alcohol en gokken, een zorgplicht. Lange tijd werd gedacht dat mediawijsheid voldoende was om jongeren weerbaar te maken tegen de risico's van sociale media. Het is een illusie gebleken, en de overheid is aan zet om haar verantwoordelijkheid te nemen.

De overheid moet de sterke lobby van techbedrijven weerstaan en zich niet in de luren laten leggen door de *screenwashing*-initiatieven vanuit de industrie. Het afschuiven van de zorgplicht door de overheid naar de techbedrijven is geen oplossing, blijkt uit recente cijfers over het legaliseren van onlinegokken.

De tijd dringt. Laat de overheid beperkende regels invoeren voor verslavende elementen van socialemediaplatforms. Recent heeft Europarlementariër Kim van Sparrentak (GroenLinks) een dergelijk voorstel voor regelgeving gedaan. Wij hopen dat dit wordt gesteund en tot uitvoering komt.

Een overheid die haar verantwoordelijkheid neemt, is essentieel om onze toekomstige generaties gezond te laten opgroeien in een hybride wereld.