

De Standaard



JONGEREN

Youtube, waar conflict een genre is

Influencers hebben grote invloed op hun vaak piepjonge fans, maar worden zelf amper begeleid. En dan kan het mislopen. Een meningsverschil tussen de populairste Vlamingen op sociale media escaleerde de afgelopen dagen tot gescheld en doodsbedreigingen.

Dominique Deckmyn

Woensdag 26 augustus 2020 om 3.25 uur

Dit artikel werd gereproduceerd met toestemming van de uitgever, alle rechten voorbehouden. Elk hergebruik dient het voorwerp uit te maken van een specifieke toestemming van de beheersvennootschap
License2Publish:
info@license2publish.be.



<p> </p>

De Vlaamse jongeren kijken op naar Acid, Celine Dept en Michiel Callebaut. Want zij hebben het gemaakt: zij zijn 'influencers', populaire figuren op sociale media die kunnen leven van hun populariteit. Bedrijven sturen hen gratis producten toe of proberen hen in te huren als ambassadeur van hun merk. 'Jongeren beschouwen influencers als hun vriend en willen zelf zijn zoals hen', zegt Liselot Hudders, professor communicatiewetenschappen aan de UGent. 'En op Tiktok kan het heel snel gaan: één video gaat viraal, en plots ben je een influencer.' Zij vindt dat influencers dringend nood hebben aan sturing en begeleiding.

Hoe ver de invloed van deze influencers op hun jonge publiek kan gaan, bleek de afgelopen dagen. Aanhangers van Youtube-ster Acid bestookten het populaire Tiktok-duo Celine Dept en Michiel Callebaut met beledigingen en doodsbedreigingen. Zij verdedigden zich in een video, waarna ook Acid naar eigen zeggen doodsbedreigingen ontving.

Wat is er gebeurd? De 21-jarige Nathan Vandergunst, bij zijn fans bekend als 'Acid' (spreek uit: 'eesit') had enkele jaren lang het populairste Vlaamse Youtube-kanaal, met meer dan 400.000 abonnees. Hij beoefent een aantal Youtube-genres, maar is in de eerste plaats een vlogger: hij kijkt in de camera en praat over zijn leven.

Wat hij soms ook doet, is commentaar geven op de video's van anderen. En dat deed hij vorige week met Zo bijzonder, een muziekvideo gemaakt door Celine Dept (20) en Michiel Callebaut (24), die zich - Cemi noemen. Dat duo is al jaren actief op sociale media, maar werd vooral het laatste jaar enorm populair met vrolijke dansvideo's op Tiktok.

Youtube geeft waarschuwing

Vandergunst maakt hun Youtube-muziekvideo met de grond gelijk, terwijl hij tegelijk zijn beklag doet dat Dept en Callebaut nu populairder zijn dan hij op Youtube. Hij roept zijn volgers op om te maken dat hij weer de populairste wordt op Youtube, en besluit in het Engels met 'Let's smack the living shit out of them'. Een citaat dat uit zijn verband is gerukt en alleen verwees naar zijn eigen ambitie om weer nummer één te worden, zegt hij later.

Dept en Callebaut reageren niet, maar de video wordt door Youtube verwijderd vanwege inbreuken op het pestbeleid. Acid krijgt bovendien van Youtube een waarschuwing – een 'strike'. Na drie van die - strikes kan je kanaal worden geblokkeerd. Later keert de video korte tijd terug, volgens Youtube 'per ongeluk', om intussen weer te verdwijnen.

In een volgende video, zaterdag, beschuldigt Vandergunst Dept en Callebaut ervan dat zij die strike hebben veroorzaakt, en hij eist dat ze die terugtrekken 'of ik schiet jullie kanaal naar de maan'. Het maakt zijn volgers nog bozer. In die video beschuldigt hij Dept en Callebaut er bovendien van dat ze zelf de regels van Youtube overtreden, met name over reclame: volgens Vandergunst zijn Dept en Callebaut verplicht om aan Youtube aan te geven dat hun video's gericht zijn op kinderen. In dat geval verschijnt er geen gepersonaliseerde reclame meer bij, wat de reclame-inkomsten kan verminderen, en worden bepaalde interactieve functies van Youtube uitgeschakeld.

‘Dit is wat influencers dagelijks doen: ze delen hun leven met hun publiek’

Maarten Kesteloot

Ceo van Influo

Dit keer reageren Dept en Callebaut wel, in twee video's waarin ze de berichten tonen die ze ontvingen van fans van Acid. Zoals 'Kanker hoertje Acid is veel beter dan jullie' en 'verwijder nu je Youtube channel of ik kom met bazooka je huis opblazen ik ga je hele familie verdelgen'. Dept en Callebaut ontkennen dat ze iets te maken hebben met de strike, en zeggen dat hun video's 'familievriendelijk' zijn en dat ouders meekijken. 'Wij willen gewoon dat dit stopt', zeggen ze. Celine Dept barst tijdens de opname in huilen uit. De Vlaamse media beginnen over het conflict te berichten.

Acid reageert met een video waarin hij eerst doet alsof hij zich gaat excuseren, maar daarna de spot drijft met de huilbui van Dept. Er volgde gisteren nog een video waarin hij beweert dat VTM Nieuws en andere media, waaronder De Standaard, zijn uitspraken uit de context hebben gehaald. 'Ze knippen mijn video gewoon in stukjes waardoor het lijkt alsof ik echt hoop dat ze doodvallen.' 'Ik sta niet achter al die doodsb bedreigingen die ze krijgen op Instagram', zegt hij nog. 'Maar op een of andere manier hoort dat erbij als je populair bent op sociale media.'

Geen van de drie betrokkenen wilde gisteren nog verder op de zaak reageren.

Veelzijdige mensen

Zowel Acid als Cemi leven van hun activiteit op sociale media. Acid timmert al zeven jaar aan de weg. Hij koos zijn eigen pad: hij schuwt commerciële deals met merken, waardoor hij voor zijn inkomsten grotendeels afhankelijk is van de reclame die Youtube bij zijn video's toont. De Standaard [interviewde](https://www.standaard.be/cnt/dmf20190329_04289314) (https://www.standaard.be/cnt/dmf20190329_04289314) hem vorig jaar (https://www.standaard.be/cnt/dmf20190329_04289314). (DS Weekblad 30 maart 2019) (https://www.standaard.be/cnt/dmf20190329_04289314). 'Fuck, ik heb impact en dat is niet altijd goed', zei hij toen. Al eerder zorgde hij voor controverse, bijvoorbeeld door zijn jonge volgers op te roepen de kredietkaart van hun ouders te stelen om zijn merchandising te kopen. Toen, en nu, verdedigde hij zich met de uitleg dat de gewraakte opmerkingen sarcastisch waren bedoeld.

Michiel Callebaut is al drie jaar professioneel actief op Youtube, aanvankelijk vooral met voetbalstunts. Sinds vorig jaar zijn hij en zijn vriendin Celine Dept wereldsterren op Tiktok, met respectievelijk 1,1 miljoen en 10 miljoen volgers. Ze lanceren weldra hun eigen kledinglijn bij ZEB, hun tot nog toe belangrijkste deal. Ze beschikken niet over personeel.

'Meestal doen de Vlaamse influencers alles zelf', zegt Maarten Kesteloot. Hij is ceo van Influo, een webplatform dat influencers en merken aan elkaar linkt. 'Het zijn dan ook vaak heel ondernemende en veelzijdige mensen. Ze zijn sterk in uiteenlopende disciplines zoals fotografie, montage en sociale media. Daarom zijn trouwens heel wat bedrijven momenteel erg geïnteresseerd om deze mensen in te zetten, los van hun activiteit als influencer, bijvoorbeeld als fotograaf.'

‘Het kost veel tijd en toewijding om op dit niveau te komen’, zegt Kesteloot nog. Influencers maken voor veel merken, zeker in de mode, een steeds belangrijker deel uit van hun marketinguitgaven. Maar op Vlaamse schaal gaat het zeker niet over fortuinen. ‘Ze verdienen een mooie cent,’ zegt Kesteloot, ‘maar het is een uitdaging om er in Vlaanderen van te leven’. Een gesponsord ‘verhaal’ op Instagram kan een Vlaamse influencer 150 euro opleveren, een op maat gemaakte video op Youtube (die een dag of meer werk vergt) kan bij de toppers enkele duizenden euro’s opbrengen.

In scène

Niemand in de sector is verbaasd dat er, in dit erg competitieve klimaat, weleens spanningen ontstaan. Zoals tussen Acid en Cemi. ‘Tussen Youtubers is het heel gewoon om video’s over elkaar te maken’, zegt Kesteloot. ‘Meestal gaat het om positieve samenwerkingen, waarbij ze proberen hun publiek te verbreden.’

Maar soms is het ook ruzie. Vaak wordt zo’n ruzie in scène gezet – de Amerikaanse gebroeders Jake en Logan Paul doen dat haast non-stop. In dit geval lijkt daar geen sprake van te zijn.

Het conflict opzoeken met andere Youtubers is wel een beproefd genre, en Acid beoefende het al eerder. Vaak werkt het ook. ‘Acid scoort hiermee bijna zeker’, zegt Kesteloot. Hij werkt zich flink in de kijker, en dat kan hem alleen maar helpen om meer views en meer reclameinkomsten te scoren.

‘Ik sta niet achter al die doodsbedreigingen die ze krijgen op Instagram. Maar op een of andere manier hoort dat erbij als je populair bent op sociale media’

Acid
Youtuber

Kesteloot heeft zelf de indruk dat Acid dit keer in de fout ging, waardoor sommige van zijn fans ontspoorde. ‘Acid heeft zijn fans niet rechtstreeks aangespoord,’ meent hij, ‘maar hij wist waarschijnlijk heel goed dat dat het gevolg zou zijn.’

Dept en Callebaut hebben bij de heisa minder te winnen, ook al krijgen ook zij nu extra media-aandacht. Dit soort twist past helemaal niet in het zonnige, positieve imago dat ze proberen uit te dragen op Tiktok. Zij lieten zich dan ook minder ver meeslepen in het escaleerende conflict.

Dat ze toch reageerden op de video van Acid, en met een video waarin Dept voor de camera huilde, was volgens Kesteloot nochtans niet onlogisch. ‘Dit is wat influencers dagelijks doen: ze delen allemaal hun leven met hun publiek. Dat maakt dit medium zo krachtig.’

Gedragscode

‘Het is heel jammer dat sociale media nu zo negatief in beeld komen’, zegt minister van Media Benjamin Dalle (CD&V). Hij wijst erop dat dit najaar de nieuwe Europese Audiovisuele richtlijn van kracht wordt, die veel van de regels die voor televisie gelden ook uitbreidt naar Youtube. Dat zal onder meer tot strengere toezicht leiden op schadelijke inhoud in video’s.

Maar ook vandaag valt oproepen tot haat en aanzetten tot geweld op Youtube onder het Mediadecreet, zegt Dalle. Of er in dit geval ook echt sprake is van die misdrijven, wil hij niet zeggen. Hij vindt wel dat er meer moet gebeuren: tijdens de huidige legislatuur wil hij komen tot een gedragscode voor influencers. 'Wij willen met deze mensen afspreken wat kan en wat niet kan.' Vandaag bestaat er alleen een code van de Raad voor de Reclame, die influencers oproept om commerciële boodschappen correct te identificeren.

Zo'n gedragscode is iets waar ook professor Liselot Hudders op aandringt. 'Om hen bewust te maken van de verantwoordelijkheid die ze dragen.' Al vindt ze dat ook platforms als Youtube (een onderdeel van Google) meer aan sensibilisering zouden kunnen doen bij hun jonge sterren.

Lessen

En intussen? 'Nu moeten we onze kinderen leren wat aanvaardbaar gedrag is op het internet, en wat niet', zegt professor ICT- en mediarecht Eva Lievens (UGent). 'Dit is de perfecte gebeurtenis om hierover te praten met kinderen. Zij kennen Acid, Celine en Michiel. Wat vinden zij van dit allemaal?' Volgende week gaat de Vlaamse jeugd weer terug naar school, er is al stof voor de eerste lesweek.

Verschenen op woensdag 26 augustus 2020

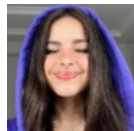


DOMINIQUE DECKMYN

Dominique Deckmyn is redacteur Cultuur en Media.

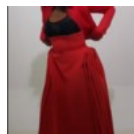
Meer artikels van Dominique Deckmyn >
(<https://www.standaard.be/auteur/dominique-deckmyn>)

LEES MEER



14/08/2020 | De grootverdiener van Tiktok

(https://www.standaard.be/cnt/dmf20200813_97641564)



06/08/2020 | Instagram lanceert Tiktok-kloon Reels

(https://www.standaard.be/cnt/dmf20200805_97535097)



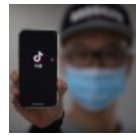
GISTEREN | Snotaap!

(https://www.standaard.be/cnt/dmf20200824_97442301)



GISTEREN | 'Jerusalem' is niet de laatste dans

(https://www.standaard.be/cnt/dmf20200824_97440193)



24/08/2020 | Tiktok slaat terug via rechtbanken

(https://www.standaard.be/cnt/dmf20200823_97711450)

daard.be/extra/static/