

Aan:

Tweede Kamer der Staten-Generaal
T.a.v. Commissie Binnenlandse Zaken
Postbus 20018
2500 EA Den Haag

Bits of Freedom
Prinseneiland 97hs
1013 LN Amsterdam

Hans de Zwart
+31 6 2185 6845
hans@bitsoffreedom.nl

www.bitsoffreedom.nl
IBAN: NL73 TRIO 0391 1073 80
KVK: 34 12 12 86, Amsterdam

Geachte leden van de Commissie Binnenlandse Zaken,

U stelt de vraag welke publieke waarden er in dit datatijdperk onder druk staan en hoe deze waarden het best beschermd kunnen worden. Een belangrijk kenmerk van dit datatijdperk is dat er continu wordt gestreden om onze aandacht – het vermarkten van aandacht is het dominante businessmodel. Wij houden het daarom dus kort.

Onze analyse is simpel. In deze datasamenleving zijn er een aantal – met name Amerikaanse – bedrijven buitengewoon dominant. En **vrijheid is per definitie het eerste en grootste slachtoffer** van een situatie waarin we gedomineerd worden. We kunnen immers alleen vrij zijn als er geen partijen zijn die op arbitraire wijze hun macht over ons kunnen uitoefenen. Onze democratische rechtsstaat is vormgegeven om juist dat te garanderen. Maar op dit moment worden rechten in rap tempo vervangen door algemene voorwaarden. We leven dus een steeds groter deel van ons leven binnen de spelregels van techgiganten. En we hebben als internetter niets te zeggen over die spelregels.

Manipulatie is het onvermijdelijke gevolg van een dominante informatie-architectuur. Dit is niet pas een probleem als ons stemgedrag en daarmee onze verkiezingen worden beïnvloed. Het is al een probleem als de instructievideo's voor de abortuspil van een vrouwenrechtenorganisatie keer op keer onterecht offline worden gehaald door YouTube.¹ Of als blijkt dat Facebook etnisch profileren faciliteert in de manier waarop je advertenties kunt richten op een bepaald publiek ("toon deze advertentie alleen aan mensen die geen Afro-Amerikaanse affiniteit hebben").²

Wij moeten de baas zijn over onze samenleving en de spelregels maken waarbinnen technologiebedrijven moeten opereren. Als we publieke belangen niet willen overlaten aan de markt, dan moeten we de data over die publieke belangen ook niet overlaten aan die markt.

1 www.bitsoffreedom.nl/2018/06/28/women-on-waves-youtube-accounts-zijn-dit-jaar-al-drie-keer-verwijderd-wie-heeft-de-touwtjes-van-jouw-uitingsvrijheid-in-handen/
2 www.volkskrant.nl/columns-opinie/facebook-is-gemaakt-voor-etnisch-profileren~be1071d6/

Data over onze wereld moet meer dan nu een politieke discussie worden. Waarom vinden we het bijvoorbeeld normaal dat Google, Vodafone en Uber meer weten over mobiliteitsvraagstukken in Nederland, dan Nederland zelf? Het feit dat je data kunt verzamelen betekent nog niet dat het mag, of dat het wenselijk is, of dat je deze data voor jezelf mag houden.

U vraagt naar hoe we publieke waarden kunnen beschermen. In een situatie waarin er één partij dominant is over anderen moet je tegenmacht organiseren. Er zijn drie oplossingsrichtingen mogelijk:

- Je kunt de **ondergeschikte partij beschermen** tegen de dominante partij – Hier is Europa van groot belang. Wetgeving zoals de AVG is een goed begin. Op dit moment is het belangrijk dat de nieuwe *Electronic Commerce* richtlijn niet kapot wordt gelobbyd door Silicon Valley. Het is essentieel om publieke waarden centraal te stellen bij het ontwerpen van wetgeving. Als dit onvoldoende gebeurt dan kun je de techgiganten nog dominantier maken (zoals helaas bij de vernieuwing van de auteursrechtenrichtlijn is gebeurd).
- Je kunt de **dominante partij verzwakken** – Het fatsoenlijk handhaven van mededingingsbeleid is één manier om dat te doen. Dat moet dan wel van focus veranderen. Het recht moet daarbij niet het perspectief nemen van de consument, maar dat van de burger. De vraag is niet of de gebruiker commercieel benadeeld wordt, de vraag is of publieke waarden onder druk komen staan.
- En je kunt de **ondergeschikte partij versterken** – In een vrije samenleving is dit de beste optie. Pluriformiteit is een sterke garantie voor vrijheid. De Europese privacyregels zorgen er bijvoorbeeld voor dat *behavioral advertising* zijn beste tijd heeft gehad. Er is dus ruimte voor alternatieve (business)modellen en die kunnen door de overheid op alle niveaus gestimuleerd worden. Dat maakt het ook extra wrang dat bij deze discussie vandaag – over de datasamenleving en de democratie – de helft van de vertegenwoordiging uit het bedrijfsleven bestaat uit grote Amerikaanse techgiganten. En dat het perspectief van vrije/open source software – de enige software met een garantie tegen dominantie – volledig ontbreekt.

Samenvattend: dominantie is het probleem in dit datatijdperk, en vrijheid is het slachtoffer. Tijd voor het organiseren van tegenmacht.

Hoogachtend,

Hans de Zwart

P.S. We hebben als Bits of Freedom de afgelopen maanden veel geschreven over deze problematiek. De beste ingang daarvoor is ons dossier over communicatievrijheid: www.bitsoffreedom.nl/dossiers/communicatievrijheid.