

Redactioneel

STEFFAN KONINGS



Privacy is iets waar we vooral in beschermende termen over spreken. Het gaat onder meer om de bescherming van persoonsgegevens, bescherming van het eigen lichaam, de eigen woning

en het bewaken van vertrouwelijke communicatie. Het 'ongehinderd alleen', zoals Van Dale het mooi weet te vertalen, is een ruim begrip, maar ook zeer gecompliceerd. De bescherming die zo nauw verbonden is aan het begrip, werkt namelijk twee kanten op, wat leidt in de vraag waar de grenzen van privacy liggen.

Enerzijds dienen mensen relatief ongestoord te blijven in hun persoonlijke levenssfeer, en niet onbelangrijk, ook voor bedrijven is het nodig dat niet alles altijd publiekelijk toegankelijk is. Anderzijds moeten mensen beschermd worden door deze privacy juist in te perken. Omdat een bepaald soort controle vereist is, vaak ten behoeve van de veiligheid, is het nodig dat we ook een bepaalde mate van openbaarheid afdwingen. Individueel gebeurt dit in de vorm van cameratoezicht, maar ook door bijvoorbeeld gesprekken van mensen af te luisteren. Mensen hebben recht op hun privacy, maar als ze in hun privéruimte in de problemen komen of strafbare feiten plegen, is het wel zo handig als we dit te weten komen. Privacywetgeving kan hier mogelijk in de weg staan (p.16). Voor bedrijven en instituties gaat een zelfde soort redenering op. Het is belangrijk dat zij bepaalde zaken achter gesloten deuren kunnen afhandelen, maar als er achter deze deuren dingen gebeuren die niet door de beugel kunnen, willen we wel dat dit aan het licht komt. De vraag is vervolgens waar het recht op privacy stopt en waar gedwongen openbaarheid dient te beginnen. In deze SoMo een verkenning van deze grenzen. Het blijkt onder meer dat mensen zelf niet zozeer wakker liggen vanwege hun privacy (p.14) en dat Google succesvol gezichtsluistert (p.4). Ook wordt duidelijk dat de grenzen van privacy op grensovergangen behoorlijk op de proef worden gesteld (p.22) en dat in Amsterdam onder het mom van privacybescherming een interessante hoeveelheid aan maatregelen is getroffen (p.29).

Verder de gebruikelijke rubrieken: Duyvendak's 'Politics of Home' wordt gerecenseerd (p.12), Maurice de Hond's opiniepeilingen kritisch worden bekeken (p.30) en wederom een kijkje wordt geboden in het leven van een werkgroepdocent. (p.36) Ook krijgen we inzicht in de Cubaanse economie (p.9), is er misschien behoefte aan goed opgeleide generalisten (p.32) en vertelt Frans ons over bijna twintig jaar beveliging van het Spinhuis (p.6). O



Ergens in Groningen staat een computer die bijna alles van mij weet. Hij houdt precies bij wat ik op internet doe, en wat er op het net over mij te vinden is. Ook heeft hij een groot deel van mijn e-mails in bezit, met bijbehorende attachments en documenten. Hij weet ook hoe mijn huis cruiet ziet, van voren, van opzij, en zelfs van boven, en schijnt ook alles te weten van mijn wifi-netwerk. Google – in Groningen staat hun Nederlandse datacentrum – weet veel over mij. Hetzelfde geldt voor Facebook, dat waarschijnlijk meer foto's van mij bezit dan mijn eigen moeder. T-Mobile weet altijd waar ik ben, via mijn telefoon. De ING Bank is via pin ook goed op de hoogte van mijn bewegingen, en weet daarnaast precies wat ik verdien en waar ik het aan uitgeef.

Door het internet en mobiele telefonie is de privésfeer steeds slechter af te scherm. Grote bedrijven volgen ons nauwkeurig, en trekken daaruit conclusies over de meest intieme leefstijl. Belangstelling voor exotische pornografie? Google slaat het op! Op zoek naar informatie over het privéleven van je docent, je collega, je buurvrouw of je ex? Weet Google ook. En minder sexy: Google weet welke films of artikelen je opzoekt, welke kranten je leest en welke online winkels je bezoekt.

Op basis hiervan worden de zoekre-

Het Google gevoel

column

GISELINDE KUIPERS

BEELD: EVA VAN BARNEVELD

sultaten van elke Google-search geordend. Een leuk experiment: Google eens hetzelfde, bij voorkeur op hetzelfde moment, vanaf een ander IP-adres. De resultaten zijn altijd anders. Naarmate gebruikers meer van elkaar verschillen, lopen ze meer uiteen. Als ik Weber google, staat Max bijna bovenaan. De meeste mensen krijgen vooral barbecues, en sommigen stuiten meteen op Marianne (bij mij pagina 3), of een Amsterdamse kroeg (pagina 2).

Grote bedrijven met slimme algoritmes hebben enorm veel informatie over mij, die ze inzetten om geld te verdienen. Als ik dit zo opschrijf, klinkt dat gevaarlijk en verontrustend. Maar het gekke is: het lukt me maar niet om het echt erg te vinden.

Ik weet dat dit een enorme schending van mijn privacy is, maar het voelt niet zo. Schending van je privacy, dat is wanneer iemand incens je slaapkamer inloopt, je dagboek of je e-mails leest, rommelt in je la met onderbroeken. Het gevoel dat zulke situaties oproepen heb ik nooit bij Google, Facebook, of T-Mobile.

Blijkbaar missen veel mensen dit Google-gevoel. Activisten die aandacht vragen voor privacyschendingen op internet krijgen nauwelijks voet aan de grond. Hoewel er langzaam maar gemor ontstaat over Facebook, zijn mensen verbaasd laconiek over de veel ingrijpendere en omvattendere praktijken van Google.

Waarom lukt het ons niet dergelijke inbreuken op de privésfeer – want dat zijn het – erg te vinden?

Deels komt het, bij mij althans, doordat ik uit een land kom met een grote, alomtegenwoordige overheid

die veel van ons weet, maar daar netjes mee omgaat. Mensen uit (voormalig) totalitaire staten zijn veel minder goed van vertrouwen.

Het komt ook door de zelfoverschatting van de moderne consument. We denken dat we het wel doorzien, alle commerciële manipulaties, en tactieken van het grootkapitaal. Vertrouwend in onze vrije wil, eigen identiteit, en scherpe inzicht, menen we ook Google door te hebben, en aan te kunnen.

Maar vooral komt het doordat onze emoties niet gebouwd zijn op de omgang met abstracte systemen (een term van Giddens). De laatmoderne samenleving is vol instituties en organisaties die niet echt een gezicht of persoonlijkheid hebben. Emoties zijn ingebed in sociale relaties, en gaan daardoor juist over mensen (of dingen) die we een persoonlijkheid toekennen.

Privacy gaat over emoties: schaamte en boosheid als je privésfeer geschonden wordt; vertrouwen en intimiteit met mensen die wel dichtbij mogen komen. Met een abstracte instantie als Google hebben we geen relatie, het heeft geen gezicht. Schaamte is een goede indicator van privacy die voor ons gevoel geschonden wordt. Niemand schaamt zich voor Google.

Reclamemakers willen graag dat je een relatie krijgt met een product: dat je houdt van je iPad en je auto mist als je hem lang niet ziet. Maar Google is zorgvuldig gezichtsluistert, zonder herkenbare woordvoerder of helder imago. Zo lang dat zo blijft, blijven wij zonder Google-gevoel. En kan Google doorgaan met het opslaan en exploiteren van ons private en publieke leven. O