

Hoe voorkomen we dat web-bedrijven alle macht in handen krijgen?

Steeds meer van onze persoonlijke informatie valt in handen van een paar Amerikaanse internetgiganten zoals Google. Hoe blijven we de databases de baas?

TECHNOLOGIEBEDRIJVEN BESCHIKKEN OVER STEEDS MEER van onze privégegevens. Onlangs besliste het Europees Parlement dat internetdiensten toegang krijgen tot onze bankgegevens – mits we daarvoor toestemming geven natuurlijk. De ervaring leert dat we waarschijnlijk massaal, en achtereenvolgens, op 'akkoord' klikken zodra de iTunes- of Playstore ons daarom vraagt. Hoe kunnen we profiteren van de zegeningen van big data zonder de macht uit handen te geven aan een paar bedrijven?

Misschien kent u het wel: u hebt een keer in een webwinkel naar rode schoenen gezocht, en een half jaar later verschijnen de pumps waar u op klikte nog steeds op uw Facebookpagina. Volgens bedrijfseconoom Han Gerrits horen die persoonlijke advertenties bij het verdienmodel van het bedrijf: adverteerders betalen Facebook in ruil voor *customized* advertenties. Hoe meer gebruikers, hoe hoger de advertentie

'IEDEREEN MOET RECHT HEBBEN ZIJN GEGEVENS TE WISSEN.'

tiewaarde van het bedrijf. 'Als we van die *customized* advertenties af willen, zou Facebook een betaalde dienst moeten worden,' zegt Gerrits. 'Dan zijn ze niet meer afhankelijk van advertentie-inkomsten.' Facebook hoeft haar klantgegevens dan niet meer aan anderen te verkopen, maar zelf houdt het bedrijf nog

'SPLITS DE GROOTSTE INTERNET-BEDRIJVEN ZOALS GOOGLE OP.'

steeds de beschikking over onze gegevens. Dat laatste is volgens Gerrits een probleem: 'Je online data zijn voor altijd beschikbaar op de servers. Je weet niet wat er in de toekomst mee gebeurt.' Gerrits pleit voor een individueel recht om privégegevens te mogen verwijderen. 'Je hebt nu wel de optie om je Facebook-profiel te verwijderen, maar niet om zelf te bepalen wat wel en niet mag worden bewaard. De partijen die de gegevens hebben, zouden die optie moeten aanbieden.'

Ook Sander Klous, hoogleraar big data en ecosystems, noemt het van belang om zelf te bepalen welke informatie je wel en niet met anderen deelt. 'Er zijn al diensten die je helpen om de toegang tot je gegevens te beperken, zoals de Nederlandse stichting QIY. Zij beheren je online gegevens, en daarbij kan je zelf aangeven wie gebruik mag maken van je gegevens, en voor welke doeleinden.' Dit zijn relevante, maar kleine initiatieven. Het zet meer zoden aan de dijk als de macht van de grootste internetbedrijven wordt gebroken. Klous stelt voor om bedrijven zoals Google te splitsen. Het wordt dan transparanter hoe informatie tussen verschillende diensten wordt gekoppeld. Zie het zo: je wil ook niet dat de politie en de belastingdienst zomaar al jouw gegevens delen. Het zijn dan ook twee aparte overheidsinstanties, die verantwoording af moeten leggen over welke informatie ze aan elkaar beschikbaar stellen. Zo zou het ook bij Goog-



LEEN VAN GELDEREN

'CUSTOMIZED' Eén keer klikken op rode schoenen en je wordt achtervolgd door advertenties.

'DE BOETES VOOR PRIVACY-SCHENDING MOETEN OMHOOG.'

le moeten werken: 'De gegevens die Gmail, Google Play en de Google zoekmachine over je hebben, hoeven niet per se onderling uitgewisseld te worden. Als zo'n bedrijf is opgesplitst, is die uitwisseling van gegevens veel beter te controleren.'

De verantwoordelijkheid voor de inperking van de macht van de grote internetspelers ligt bij Europa, meent hoogleraar informatierecht Nico van Eijk. De Europese privacywetgeving wordt momenteel gemoderniseerd om beter aan te sluiten bij de huidige praktijk van internet en 'big data'. Het toezicht op naleving is niet toereikend en als er al boetes worden uitgedeeld,

zijn ze in veel landen laag: 'In Frankrijk is door de privacywaakhond dit jaar de maximale boete uitgedeeld voor privacy-schending. Dat ging om slechts honderdvijftigduizend euro. In Amerika zijn de boetes voor het schenden van privacy al vele malen hoger.' Het komt ook voor dat de toezichthouder iets opmerkt dat niet in orde is, maar dat er nog geen bevoegdheid is om op te treden. 'Dat moet veranderen. Europa moet inzetten op handhaafbare regelgeving en beter toezicht.'

Naast het toezicht op commerciële spelers, zouden er meer publieke diensten kunnen komen. Informaticus Anne Schuth pleit voor de introductie van pu-

'INVESTEER IN EEN PUBLIEKE ZOEKMACHINE.'

blieke zoekmachines, naar analogie van publieke omroepen zoals de NOS of de BBC. Schuth deed onderzoek bij de zoekmachine Bing en het Russische Yandex. 'Ik ben ervan overtuigd dat het niet hun primaire doel is om onze privacy te schenden. Ze hebben gewoon veel gegevens over ons nodig om de juiste informatie voor ons te kunnen zoeken.' Dat laatste betekent ook dat zoekmachines steeds beter worden naarmate je vaker dezelfde gebruikt. Dat leidt tot de kartelvorming die de zoekmachinemarkt kenmerkt. Schuth ervaart nog een ander probleem in zijn onderzoek: 'Als wetenschapper kom je er niet achter hoe de Google zoekmachine precies werkt en waar gebruikers op klikken.' Met een publieke zoekmachine zouden we wél kunnen controleren hoe de uitkomsten van de zoekopdrachten tot stand komen en welke commerciële belangen daarmee gemoeid zijn. Zelf is Schuth intensief betrokken bij de oplossing van de toekomst, OpenSearch: een publieke zoekma-

'BESTEED IN DE MEDIA MEER AANDACHT AAN DATAMISBRUIK.'

chine die door wetenschappers wordt ontwikkeld. 'Om succesvol te kunnen zijn, hebben we wel andere partijen nodig die onze algoritmes nodig hebben om hun zoekopdrachten goed uit te kunnen voeren. Wikipedia heeft nu bijvoorbeeld een behoorlijk slechte zoekmachine.'

Volgens onderzoeker ontwikkelingsstudies Linnet Taylor zijn we als internetgebruikers zo geprogrammeerd dat we ons niet bewust zijn van de gevaren van het delen van informatie. Taylor: 'Het gebruik van persoonlijke data moet veel vaker geïnterpreteerd worden. Er moet meer bekend worden over wat er met je data gebeurt.' De media spelen hierin de hoofdrol: 'Als je in de krant kunt lezen wat bedrijven precies met jouw persoonlijke data kunnen doen, wordt het onderdeel van je dagelijks leven en zijn mensen zich meer bewust van de risico's.' Let ook goed op: 'Als je een app downloadt en het is niet duidelijk waarom je je gegevens moet afstaan, doe het dan ook gewoon niet.' ■

DE OPLOSSERS

In de rubriek De Oplossers presenteert onderzoeksbureau Tertium antwoorden op complexe vragen die zijn voorgelegd aan meer dan 400 wetenschappers van VU en UvA. Kijk op www.deoplossers.nl voor een overzicht van de interessantste bijdragen over de vraag van deze week.